

MAQUINARIA DE PROPAGANDA

AGUSTÍN V. STARTARI

AGUSTIN V.

STARTARI

Entre 1920 y 1933, el Partido Nacionalsocialista Alemán desplegó una estrategia comunicacional sin precedentes, donde el lenguaje, la emoción y la repetición se convirtieron en armas de conquista ideológica. Este libro examina con profundidad crítica los principios que rigieron la propaganda nazi en su etapa fundacional, antes de tomar el poder.

A través del análisis de discursos de Adolf Hitler, Joseph Goebbels y otros referentes del régimen, así como de publicaciones y material visual de la época, Maquinaria de Propaganda identifica las claves de su éxito: la simplicidad del mensaje, la saturación mediática, la apelación al enemigo, la repetición sistemática y la supresión de la complejidad racional.

Con un enfoque lingüístico y una cuidadosa selección de fuentes, Startari nos muestra cómo el lenguaje y la retórica utilizados en la propaganda nazi desempeñaron un papel fundamental en la formación de la ideología y el apoyo popular al régimen. A través de un análisis crítico, el autor invita a reflexionar sobre los peligros de la manipulación ideológica y la importancia de la conciencia crítica en la sociedad actual.

Lejos de tratarse de un fenómeno del pasado, esta obra propone una lectura actual y necesaria sobre cómo el poder manipula el discurso para consolidar su legitimidad, moldear la percepción colectiva y silenciar la crítica. Con un enfoque interdisciplinario que integra historia, semiótica, teoría del discurso y análisis político, el libro se posiciona como una herramienta esencial para entender no solo el ascenso del nazismo, sino también las formas modernas de persuasión masiva.

Agustín V. Startari (Montevideo, 1982) es investigador en Historia y Lingüística, formado en la Universidad de la República (Uruguay). Su obra abarca una amplia diversidad de enfoques, desde estudios históricos rigurosos hasta ensayos sobre budismo y novelas de ficción, lo que refleja una trayectoria marcada por la curiosidad intelectual y el compromiso con el pensamiento crítico.

Entre sus libros más reconocidos se encuentran Creación de un Imperio: El Antiguo Imperio Egipcio, donde analiza la consolidación simbólica y política del poder faraónico, y Maquinaria de Propaganda: El Nacional Socialismo, un estudio agudo sobre las técnicas discursivas utilizadas por el régimen nazi para modelar la opinión pública y construir legitimidad ideológica. Otras publicaciones como Evangelización en la Pluma de Fray Bartolomé y Ucrania y Rusia: Un Conflicto en Progreso amplían su mirada hacia distintas formas de dominación, religión y geopolítica contemporánea.

Sus libros integran la serie **Papeles de Trabajo**, un proyecto editorial que combina análisis documental, enfoque interdisciplinario y claridad expositiva, orientado a lectores que buscan comprender los mecanismos históricos y discursivos del poder.

MAQUINARIA DE PROPAGANDA

EL NACIONAL SOCIALISMO

AGUSTIN V.

STARTARI

PAPELES DE TRABAJO

N. 7

Título original: Maquinaria de Propaganda: El Nacional Socialismo
Diseño de Portada: Visual Art Design
Ilustración de la portada: Visual Art Design

ISBN: 9798315066705

RESEARCHER ID: NGR-2476-2025

DOI: 10.5281/zenodo.15449748

Primera edición: Marzo, 2010

Segunda edición: Mayo, 2025

Editorial: MAAT

Serie: Papeles de Trabajo

Volumen: 7

INTRODUCCIÓN

El Tercer Reich y el Nacional Socialismo han sido temas de gran interés en el ámbito académico, pero pocas veces se ha profundizado en los motivos que llevaron a las masas a adherirse al movimiento nazi en sus comienzos. Esta investigación tiene como objetivo analizar y criticar la propaganda nazi, explorando su maquinaria de propaganda y cómo ésta contribuyó a su éxito. Titulado "Maquinaria de Propaganda: El Nacional Socialismo", esta investigación se adentra en un tema complejo y extenso, que presenta desafíos tanto en términos de investigación como de enfoques. Aunque se ha utilizado una amplia variedad de fuentes, sólo se han considerado aquellas que son relevantes para el tema específico de la propaganda nazi. Se ha delimitado el período de estudio, abarcando desde principios de los años veinte hasta la llegada de Hitler al poder en 1933, aunque se realizarán algunas acotaciones sobre instancias fuera de este período.

El análisis lingüístico es una herramienta valiosa para comprender el uso de la propaganda por parte del Tercer Reich y cómo ésta influyó en la adhesión masiva de las personas al régimen nazi. En este ensayo, se llevará a cabo un análisis semántico, semiótico, pragmático y retórico del discurso de Hitler, con el fin de examinar el lenguaje utilizado para persuadir y manipular a las masas en los comienzos del régimen. Además, se abordará la dificultad que implica la gran cantidad de información existente sobre el tema y los diversos enfoques que se han utilizado en los estudios previos. A través de esta investigación, se espera arrojar luz sobre los motivos fundamentales que llevaron a la adhesión masiva al nazismo y entender cómo la propaganda nazi se convirtió en una herramienta clave para la consolidación del poder en Alemania. A lo largo de la historia, la propaganda ha sido una herramienta fundamental para la manipulación de las masas y la consolidación del poder político. En el caso del Tercer Reich, la propaganda nazi tuvo un papel fundamental en la obtención de la gran adhesión de las masas en sus comienzos. A pesar de que mucho se ha estudiado sobre el Nacional Socialismo,

el análisis de los motivos fundamentales por los cuales el nazismo obtuvo esta gran adhesión aún es una tarea pendiente. En este sentido, este estudio se propone analizar de manera crítica e histórica la propaganda nazi, centrándose en las técnicas, usos e impacto que tuvo en las masas durante el período comprendido entre los años veinte y treinta, específicamente entre 1923 y 1933 con el ascenso de Hitler al poder. Para ello, se examinará la utilización de técnicas similares a las de la programación neurolingüística (PNL), a pesar de que esta disciplina no existía como tal en el período estudiado. En este contexto, se abordará la idea de la utilización de los fundamentos básicos de la Neurolingüística por el régimen nazi, lo que permitirá un nuevo enfoque en lo que respecta a los medios y técnicas utilizados por Hitler y sus allegados para captar la atención de las masas. A lo largo de las páginas que se presentan a continuación, se recopilarán y expondrán una diversidad de enfoques y perspectivas en torno a la propaganda, con el objetivo de ofrecer al lector una visión amplia y contextualizada del tema, lo que permitirá un análisis crítico y riguroso. Este análisis se realizará en el contexto histórico y social de la Alemania de posguerra, y se utilizarán diversas fuentes y enfoques para su elaboración, con el objetivo de brindar una visión amplia y rigurosa del tema.

Durante su ascenso al poder en Alemania, los líderes del Partido Nazi emplearon técnicas de propaganda sofisticadas e innovadoras. La propaganda se convirtió en una herramienta crucial para atraer la atención del público y ganar el apoyo del ciudadano alemán. Es importante destacar que la propaganda nazi a nivel nacional desempeñó un papel fundamental en la creación de la imagen mítica y sólida del Führer. La cuidadosa construcción de la imagen de Hitler fue uno de los mayores éxitos de la propaganda nazi y contribuyó significativamente al aumento de su popularidad. Por lo tanto, el estudio de la propaganda nazi es crucial para entender el contexto histórico y social de la Alemania de posguerra y el ascenso del régimen nacionalsocialista al poder. Uno de los aspectos más relevantes en la propaganda nazi fue el uso del lenguaje como herramienta para crear un sentimiento de unidad y cohesión social en torno al régimen nazi. El régimen nacionalsocialista entendía la propaganda como un medio para movilizar y controlar a la sociedad alemana y consolidar el poder

del partido. En este sentido, la utilización del lenguaje y la propaganda se convirtieron en una herramienta fundamental para conseguir el apoyo de las masas y establecer un sentido de identidad común. Para lograr este objetivo, la propaganda nazi utilizó una variedad de técnicas lingüísticas que se centraron en la creación de un discurso emocional y apelativo que resaltara la superioridad de la raza aria y la necesidad de una unión y lealtad inquebrantable al régimen. El lenguaje utilizado en los discursos y en los medios de comunicación, como los periódicos y la radio, se caracterizó por un uso frecuente de la repetición, la simplificación y la exageración, así como por la inclusión de términos emocionales y nacionalistas. Además, la propaganda nazi también hizo uso de símbolos y rituales para crear un sentimiento de pertenencia y lealtad a la comunidad nacionalsocialista. La bandera nazi y la esvástica, por ejemplo, se convirtieron en símbolos de la identidad nacional y en un emblema de la superioridad de la raza alemana. Del mismo modo, los rituales y las ceremonias, como las marchas militares y las celebraciones del Día del Trabajo, sirvieron para reforzar la lealtad y el compromiso de las masas hacia el régimen. En definitiva, el lenguaje y la propaganda desempeñaron un papel fundamental en la creación de un sentimiento de unidad y cohesión social en torno al régimen nazi. A través de una utilización cuidadosa del lenguaje y de la propaganda, el régimen logró movilizar y controlar a las masas y establecer un sentido de identidad común basado en la superioridad racial y en la necesidad de lealtad y compromiso hacia el partido y hacia el líder. Este análisis lingüístico de la propaganda nazi nos permite comprender cómo el lenguaje puede ser utilizado como una herramienta de manipulación y control social, y nos recuerda la importancia de analizar críticamente los mensajes propagandísticos y estar alerta ante los peligros del uso del lenguaje con fines manipulativos.

Algunas preguntas que buscamos abordar: ¿Qué técnicas propagandísticas utilizó el nacionalsocialismo? ¿Quiénes fueron los principales artífices de la creación de dichas técnicas? ¿Cómo se desarrollaron los primeros años de tal empresa? ¿Qué sectores se vieron más identificados con el nacionalsocialismo? y ¿Porque motivo? Estas son preguntas fundamentales para entender el fenómeno propagandístico del régimen nazi y su impacto en la sociedad alemana. Para responderlas, es necesario analizar las

técnicas propagandísticas utilizadas por el nacionalsocialismo, así como los individuos y grupos que estuvieron involucrados en su creación y desarrollo. Simultáneamente a las técnicas propagandísticas utilizadas por el nacionalsocialismo, podemos mencionar algunas de las más relevantes, como la repetición constante de consignas y eslóganes, la apelación a emociones como el miedo, la ira y la esperanza, la creación de un enemigo común y la exaltación de la figura del líder. Como señala el historiador David Welch, "la propaganda del partido nazi fue muy efectiva al utilizar una mezcla de medias verdades, mentiras y exageraciones para crear una imagen de la realidad que fuera coherente con la ideología nazi y apelara a los sentimientos de la población" (Welch, 2011, p. 109). En cuanto a los principales artífices de la creación de dichas técnicas, podemos destacar la figura de Joseph Goebbels, quien fue el encargado de dirigir el Departamento de Propaganda del partido nazi y desarrolló una estrategia propagandística muy efectiva durante los años que precedieron a la toma del poder. Goebbels creó una red de medios de comunicación y utilizó el cine, la radio, la prensa y las manifestaciones públicas para difundir la ideología nazi y crear un sentimiento de unidad y cohesión social en torno al régimen. En cuanto al desarrollo de los primeros años de la empresa propagandística del nacionalsocialismo, es importante destacar que la propaganda fue una herramienta clave en la conquista del poder. Desde que el partido nazi comenzó a tener representación en el Reichstag en 1924, la propaganda se convirtió en una actividad central para la organización. Durante los años que precedieron a la toma del poder en 1933, el partido nazi se dedicó a difundir su ideología y ganar adeptos a través de una intensa actividad propagandística. Respectivamente a los sectores que se vieron más identificados con el nacionalsocialismo y las razones por las que lo hicieron, es un tema complejo y variado que depende de muchos factores, como la situación económica y social de la época, la percepción de la crisis política y la búsqueda de un líder carismático que pudiera sacar al país adelante. En general, se puede decir que el nacionalsocialismo tuvo más aceptación entre la clase media y los trabajadores, que veían en el partido una respuesta a sus necesidades y demandas. Como señala el historiador Ian Kershaw, "el nacionalsocialismo logró movilizar

a grandes sectores de la sociedad alemana, apelando a sus emociones y necesidades más profundas y creando una imagen del mundo que les resultara coherente y atractiva" (Kershaw, 1999, p. 164).

ASPECTOS GENERALES:
BREVE RESEÑA HISTÓRICA

1.2. Situación de Alemania tras la Gran Guerra

Luego de la Primera Guerra Mundial, el emperador alemán Guillermo II fue depuesto y se proclamó la República de Weimar[1]. En 1919, el gobierno socialdemócrata de la nueva república se vio obligado a firmar el Tratado de Versalles, que impuso a Alemania una enorme deuda de guerra y exigía la devolución de Alsacia y Lorena a Francia, la renuncia de territorios en Europa y África, y la limitación de sus fuerzas armadas[2]. Si bien algunos historiadores han cuestionado el grado de humillación que representó el tratado para Alemania, es cierto que tuvo consecuencias económicas significativas para el país, que se vio obligado a pagar reparaciones por la guerra, en parte con créditos otorgados por los Estados Unidos[3]. Alemania atravesaba por un período crítico: inflación, desempleo, miseria, enfrentamientos sociales que el gobierno fue incapaz de resolver. Las oposiciones crecían y la prédica de socialistas y comunistas alentaba las agitaciones sociales. Los militares, por su parte, trataban de justificar la derrota alegando que "Alemania había sido apuñalada por la espalda" por marxistas y judíos. El pueblo alemán no podía creer que sus invencibles ejércitos hubieran sido vencidos realmente en el campo de batalla. En enero de 1919 pudieron finalmente celebrarse elecciones libres para cubrir los puestos de la Asamblea Nacional. Su tarea fundamental consistía

---

[1] RICH, N, *Great Power Diplomacy Since 1914* (New York: McGraw-Hill, 2003), 93.

[2] MACMILLAN, Margaret. *Peacemakers: The Paris Conference of 1919 and Its Attempt to End War* (New York: Random House, 2001), 324-328.

[3] JOLL, James, *Europe Since 1870: An International History* (New York: Penguin, 1990), 208

en la elaboración de la Constitución. La sede de las deliberaciones estaba en Weimar. El documento con su espíritu liberal y social podía colocarse junto a las constituciones de las grandes democracias occidentales. Pero una Constitución no configura por sí sola la vida de un pueblo y de una nación. El pueblo alemán había olvidado la distinción entre lo que tiene, o no, valor político. Al darle con la Constitución de Weimar súbitamente libertad, no supo hacer uso de ella. La libertad se convirtió esencialmente en un medio recibido con alegría por los alemanes ocupados en la política, para injuriar y atacar al orden estatal democrático[4]. La República estaba gravada con el rencor de la derrota. Las raíces de esta situación se remontan, en buena parte, a un pasado ya distante de Alemania, pero están principalmente originadas por acontecimientos más recientes. Alemania, a diferencia de Gran Bretaña, no había gozado de largos siglos de unidad política que hubieran permitido a la democracia liberal arraigar lenta pero segura. La Constitución de Weimar, su primera experiencia democrática, resultó ser tan defectuosa como inoperante. Los partidos políticos y otros poderosos grupos de presión fracasaron en resolver sus diferentes puntos conceptuales en la manera de hacer de la democracia una fuerza vital, compartiendo como único móvil común su odio hacia el Pacto de Versalles de 1919 que engendró un sentimiento general de furibundo nacionalismo. Las masas estaban desbordadas por el cariz de los acontecimientos, despreciando a los políticos, quienes sustituían la política por intrigas y amargados por las dificultades sociales y económicas. Johann y Jörg en su libro *Historia de la cultura alemana de los últimos cien años*, caracterizarán a la Coalición de Weimar, de la que formaban parte el Partido Social Democrático Alemán y que incluso el socialdemócrata Philipp Sheidmann fuese designado canciller, como una realidad inconcebible para los alemanes que miraban hacia atrás y una traición para aquellos que aspiraban sin contemplaciones a una revolución socialista o incluso comunista.[5]

---

[4] WEBER, E. (1958). *Historia Universal Siglo XX*. Editorial Kapelusz, p. 56.

[5] JOHANN, Ernst y JUNKER, Jörg.: *Historia de la cultura alemana de los últimos cien años*. Nymphenburger Verlagshandlung, Munich, 1970, página 133-134.

La Constitución de 1919 fue un instrumento democrático de gobierno, que impedía teóricamente el abuso de poder por algunas de sus partes componentes. Se implantó el sufragio universal y se eligió un Reichstag con la base de la representación proporcional. El presidente era nombrado por elección popular y a su vez, nombraba y separaba al Canciller y su gabinete y podía disolver el Reichstag. Se estableció el principio de responsabilidad ministerial ante el Reichstag, así como una serie de disposiciones para la celebración de plebiscitos en determinadas circunstancias. Se mantuvo la estructura federal, aunque los poderes de los distintos Estados eran inferiores a los de cualquiera de los reinos semi autónomos del Imperio. Todo este sistema estaba basado en apreciaciones intelectuales del funcionamiento de la democracia parlamentaria en otras partes del mundo. No había nacido, ni hubiera podido hacerlo, de la experiencia acumulada por el pueblo alemán.[6] El derecho electoral de tipo proporcional puro facilitó la formación constante de nuevos partidos, fue entonces que Alemania se convirtió en un Estado de Partidos. A su vez al depender el Canciller del Reich y los ministros de la confianza de la mayoría de la "Dieta", todo gobierno se veía obligado a contar con una coalición de varios partidos, pues jamás logró un solo partido, durante la "época de Weimar", alcanzar la mayoría absoluta. El continuo asedio que proporcionaban los partidos de izquierda y derecha al "Sistema de Weimar" hubo de paralizar el conjunto del poder estatal cuando estos fueron mayoría dentro de la Dieta. De acuerdo con el periodista Raúl Maestri:

> La República no conquistó nunca la adhesión ni siquiera con reservas, de dos sectores: del proletariado desengañado del socialismo que se organizaba bajo la nueva bandera del comunismo y de todos aquellos grupos a quienes alentaba un específico sentimiento patriótico que no podía avenirse con las nuevas formas del Estado. En los

---

[6] TENBROCK, Robert-Hermann. *Historia de Alemania. Max* Hueber, Munich, 1968. Página 270.

> años inmediatamente después de la guerra, ambos frentes representaban una capacidad de movilización más o menos semejante. Pero la situación del segundo era favorable: mientras el Estado declaraba una guerra sin treguas al comunismo, se comportaba con los nacionalistas como con parientes majaderos.[7]

Algunos historiadores han señalado la delicada situación que atravesaba Alemania tras la Primera Guerra Mundial como un factor determinante en el surgimiento del partido nazi. Según Richard J. Evans, *"la derrota en la Primera Guerra Mundial dejó a Alemania humillada y empobrecida, mientras que la presencia de los ejércitos extranjeros en el país fue vista como una afrenta a la dignidad nacional"*[8]. Por su parte, Ian Kershaw señala que *"la incertidumbre sobre el futuro político, social y económico de Alemania tras la guerra creó una atmósfera de inseguridad y miedo que fue explotada por los grupos extremistas, entre ellos los nazis"*. Finalmente, Alan Bullock destaca la habilidad de Hitler para aprovechar las oportunidades que se presentaron en un contexto tan convulso, señalando que *"la crisis de la posguerra creó un clima de desesperación que Hitler supo explotar con una propaganda que presentaba al partido nazi como el único capaz de sacar a Alemania de la crisis"*. La sociedad alemana desecha por la derrota reclamaba por soluciones inmediatas, llenos de rencores contra las clases dominantes.

> Eran nacionalistas, patriotas, germanizantes (antisemitas) e idealistas. Conservaban un cierto resentimiento contra la monarquía, que no supo ganar la guerra ni perder dignamente la derrota, pero al propio tiempo añoraban el Imperio y la comodidad de sentir su mando omnímodo. (…) Entonces adquirió valor cotidiano y un sentido al mismo tiempo místico y concreto, una palabra sutil: Volksgemeins-chaft, comunidad popular y étnica.

---

[7] MAESTRI, Raúl. *EL NACIONAL-SOCIALISMO ALEMÁN*. Barcelona, Ed. Biblioteca Nueva, 1932, páginas 30 y 31.

[8] EVANS, R. J. (2003). The Coming of the Third Reich. Penguin Books, p. 5.

> Negaban la realidad de las clases sociales, que consideraban una invención diabólica de los judíos y proponían en su lugar una Alemania igualmente maternal para todos sus hijos. (…) A Adolfo Hitler le correspondía, justamente, la tarea de unificar y dirigir esta corriente sin cauce. Era el temperamento más sensitivo y activo de cuantos en ella se encontraban.[9]

Durante la década de 1920 y principios de los años 30, Alemania experimentó una crisis económica y política que sentó las bases para el ascenso del nacionalsocialismo. Según Pasquale Villani, historiador italiano especializado en la historia contemporánea de Alemania, una de las condiciones que favorecieron el surgimiento de este movimiento fue la Gran Depresión de 1929, que provocó la desocupación de alrededor de siete millones de alemanes en la República de Weimar, cuya economía estaba estrechamente ligada a la de Estados Unidos[10]. Para Villani, el Partido Nazi se convirtió en una fuerza política cada vez más relevante en la década de 1920 y consolidó su poder entre 1928 y 1932. En este período, el conservadurismo alemán se encontraba sumido en una crisis, caracterizado por conspiraciones elitistas y falta de conexión con las masas populares. Como señala el historiador Timothy Snyder, el fracaso de la derecha tradicional para representar y resolver las necesidades de la mayoría de los ciudadanos abrió el camino para que el nazismo se convirtiera en la alternativa política más atractiva[11]. Fue en este contexto que el líder del Partido Nazi, Adolf Hitler, logró consolidar su posición y hacer crecer el partido, no solo en la derecha política, sino también en grupos völkisch, como los pangermanistas. En su obra Mein Kampf, Hitler describió a los líderes de estas organizaciones como académicos con buenas intenciones, pero sin la energía

---

[9] Ibíd. Páginas 33-35.

[10] VILLANI, P. (2011). *El nacionalsocialismo*. Madrid: Cátedra, pp. 39-41.

[11] Kershaw, I. (2009). *Hitler: A Biography*. W. W. Norton & Company, pp. 123-124.

juvenil necesaria para liderar la nación^3[12]. En resumen, la crisis económica y política de la República de Weimar, combinada con el fracaso de la derecha tradicional para resolver las necesidades de la mayoría de los ciudadanos, sentó las bases para el ascenso del nacionalsocialismo. La habilidad de Hitler para capitalizar el descontento popular y hacer crecer su partido en la década de 1920 y principios de los años 30 se debió en parte a su capacidad para movilizar a las masas y ofrecer soluciones simplistas y atractivas a los problemas del país.

> Los racistas no fueron capaces de extraer las conclusiones prácticas de los juicios teóricos correctos, sobre la Cuestión Judía. De este modo el movimiento racista alemán siguió un proceso similar al de las décadas 1880 y 1890. Lo mismo que en aquel período, su jefatura fue cayendo gradualmente en manos de hombres sumamente honorables, pero fantásticamente ingenuos, hombres cultos, profesores universitarios, concejales de barrio, maestros y abogados. En suma, una clase burguesa, idealista y refinada. Carecía del cálido aliento del vigor juvenil de la nación.[13]

Durante los años de la crisis económica de 1929, el ascenso del nacionalsocialismo en Alemania encontró terreno fértil en una sociedad que estaba enfrentando la desocupación masiva de millones de trabajadores Pasquale Villani, historiador y experto en el estudio de este movimiento político, ha señalado que esta coyuntura económica fue una de las principales condiciones que favorecieron la llegada de Hitler al poder en Alemania[14]. De

---

[12] MOSSE, G. L. (1978*). Toward the Final Solution: A History of European Racism.* Madison: University of Wisconsin Press, p. 96.

[13] HITLER en*:* BURLEIGH, Michael. *El Tercer Reich*, Santillana Ediciones Generales, S.L. Primera Edición, 2003. Página 107.

[14] VILANI, P. (2007). Ob Cit, (13), 103-119.

hecho, el partido de Hitler se convirtió en una gran fuerza política entre 1928 y 1932, siendo el desempleo una de las principales preocupaciones que abanderó en su discurso. Sin embargo, el problema del desempleo no fue la única razón que permitió al partido nazi expandirse en el panorama político de la Alemania de la época. Según Eric Hobsbawm, historiador y autor de la obra "Historia del siglo XX", la propaganda nazi ofrecía una solución radical y sencilla a los problemas económicos y sociales que aquejaban al país: la eliminación de las clases sociales[15]. Como lo señala Hitler en su obra "Mi Lucha", la supresión de las clases era un elemento fundamental en la propuesta política del partido, lo que le permitió penetrar en el mundo obrero y seducir al trabajador manual, quien se sentía avergonzado de su trabajo y deseaba imitar al empleado de oficina. Por otro lado, el fascismo también encontró adeptos entre los trabajadores emigrantes del campo, quienes llevaban consigo una ideología de familia rural que era muy favorable a las causas imperialistas y nacionalistas. Asimismo, el movimiento nazi supo aprovechar la importancia de los pequeños hábitos diarios en la vida cotidiana de la sociedad alemana, aspecto que había sido sistemáticamente ignorado por el movimiento revolucionario. En este sentido, los rituales, los símbolos y la iconografía del partido nazi se convirtieron en una herramienta efectiva para construir la identidad colectiva y afianzar el sentimiento nacionalista en la población. En conclusión, la crisis económica y la desocupación masiva de millones de trabajadores fueron condiciones importantes que favorecieron la llegada de Hitler al poder en Alemania. No obstante, la propaganda nazi ofrecía también una solución radical y sencilla a los problemas económicos y sociales que aquejaban al país, propuesta que penetró en el mundo obrero y sedujo al trabajador manual. Además, el movimiento nazi supo aprovechar la importancia de los pequeños hábitos diarios en la vida cotidiana de la sociedad alemana, aspecto que había sido ignorado por el movimiento revolucionario. Todos estos factores contribuyeron a afianzar el sentimiento nacionalista en la población y permitieron el ascenso del nacionalsocialismo en la Alemania de la época.

[15] HOBSBAWM, E. (1995). Historia del siglo XX. Barcelona: Crítica.

Lejos de ser costumbres propias de este estrato social, constituían la expresión visible de que se acusaba recibo de la propaganda nacionalsocialista.

> (…) la clase es una realidad social injustificable y ha de ser sustituida por el Estado. Esto conduce a la organización corporativa de la sociedad que, a su vez, ha de rematar en un Parlamento profesional, coexistente con otro de índole política. Los sindicatos obreros han de articularse en este nuevo sistema y consiguientemente perder su actual carácter clasista y renunciar a su arma de lucha: la huelga.[16]

Otro factor que contribuyó al surgimiento y consolidación del movimiento nacionalsocialista fue la inflación de 1923, que se aceleró debido a la invasión y ocupación del valle de Ruhr por parte del ejército francés[17]. Francia argumentó que Alemania estaba evadiendo intencionalmente el pago de las reparaciones de guerra, y que la única forma de obligarla a cumplir con sus obligaciones era mediante la intervención militar en su territorio[18]. Ante esta situación, los trabajadores alemanes declararon huelga, y el gobierno alemán, alentado por la propia situación, emitió grandes cantidades de papel moneda para apoyarlos[19].

La moneda alemana ya había sido devaluada previamente debido a los pagos por las reparaciones de guerra y la fuga de reservas de oro, pero la inflación se aceleró hasta llegar a un punto crítico en noviembre de ese año[20]. La desvalorización del marco

[16] HITLER en: MAESTRI, Raúl. Ob. Cit. Página 55.

[17] MASON, T. W. (1996). *Nazism, Fascism and the Working Class*. Cambridge University Press, p. 43.

[18] EVANS, R. J. (2003). *The Coming of the Third Reich*. Penguin Books, p. 126.

[19] KERSHAW, I. (2001). *The Nazi Dictatorship: Problems and Perspectives of Interpretation*. Arnold Publishers, p. 27.

[20] SNYDER, T. (2011). *Bloodlands: Europe Between Hitler and Stalin*. Basic Books, p. 35.

alemán adquirió una velocidad vertiginosa, lo que generó un tobogán económico que afectó a toda la población[21]. La hiperinflación y la consecuente inestabilidad económica y social resultantes de estos eventos fueron un terreno fértil para el surgimiento del partido nacionalsocialista, que se presentó como la solución a la crisis y la única alternativa para la recuperación nacional[22]. Debido a que los agricultores no podían seguir aceptando el marco en pago de sus productos, al gobierno no le quedó otro remedio que emitir un nuevo circulante respaldado con riqueza tangible. Los efectos de esta formidable inflación y el consiguiente repudio del pueblo alemán fueron desastrosos para ciertas clases. Los miembros de la pequeña burguesía, que obtenían sus ingresos de salarios o rentas fijas, se vieron de la noche a la mañana reducidos a la miseria. Por otra parte, miles de astutos especuladores medraban a costa de la situación y se hacían ricos rápidamente; en unos casos especulando sobre las fluctuaciones del marco y en otros casos comprando por centavos grandes negocios y saldando el remanente de la deuda con circulante desvalorizado. Algunos eran judíos, pero abundaban también los alemanes de pura raza aria que no vacilaron en hacerse una fortuna por ese medio. Lo cierto es que, la avidez de los especuladores ejerció un desastroso efecto entre los despojados miembros de la pequeña burguesía, acentuando su descontento.

Con respecto a la situación de la devaluación que asolaba a Alemania en 1924 Konrad Heiden cuenta una historia en un capítulo titulado *"La muerte del dinero":*

> Un hombre que creía que tenía una pequeña fortuna en el banco podría recibir la siguiente carta de los directores: "El banco lamenta profundamente no seguir administrando su depósito de sesenta y

---

[21] WEINBERG, G. L. (1995). *A World at Arms: A Global History of World War II*. Cambridge University Press, p. 187.

[22] BROWNING, C. R. (1992). *The Path to Genocide: Essays on Launching the Final Solution*. Cambridge University Press, p. 39.

> ocho mil marcos ya que los costes no guardan proporción con el capital. Nos tomamos por ello la liberta de devolvérselo. Como no tenemos billetes de tan poco valor a nuestra disposición, hemos redondeado la suma en un millón de marcos. Se adjunta un billete de 1.000.000 de marcos". Decoraba el sobre un sello de cinco millones de marcos con su, matasellos.[23]

Esto fue consecuencia de la ocupación del Ruhr por los vencedores en 1923. El paro pasó del 2 por ciento al 23. La recaudación bajó a hasta el punto en que en octubre solo cubría el 1 por ciento del gasto público. Los reaccionarios y otros extremistas conspiraban infatigablemente contra la democracia. El caos económico que había sido el amargo saldo de la paz impuesta por los aliados, hubieran minado la confianza popular en cualquier régimen. A todo esto, el pueblo alemán tenía muy poca experiencia en materia del gobierno democrático. La república de Weimar era el fruto de una revolución impuesta por la fuerza a la nación alemana en la hora de la derrota.

[23] HEIDEN, Konrad en: BURLEIGH, Michael. Ob. Cit., página 86.

CAPÍTULO II

COMIENZOS DEL NACIONALSOCIALISMO

2.1. ¿Ideología o filosofía?

Los orígenes y la naturaleza del nacionalsocialismo han sido objeto de discusión y debate tanto durante como después de su existencia. Una cuestión recurrente en el análisis del nacionalsocialismo ha sido si puede ser considerado como una filosofía o ideología, y si su doctrina tuvo una influencia significativa en el curso de la acción política después de 1933. Si bien el nazismo fue un movimiento anti-intelectual y no se basaba en un conjunto de normas razonadas y coherentes, como lo hace el comunismo, sí sostenía una serie de opiniones que le proporcionaron una base y justificación general para sus acciones. Estas ideas, expresadas en obras como Mein Kampf y El Mito del Siglo XX, proporcionaron una orientación ideológica a la acción política nazi que no existía en el fascismo, cuyas características se centraban más en el culto al líder y en la acción política que en una teoría ideológica coherente[24]. Es cierto que los líderes nazis no ofrecieron un programa detallado de la política que se seguiría una vez que se encontraran en el poder, pero las opiniones expresadas en sus obras proporcionaron una orientación general para la acción política del partido. El contenido ideológico del nazismo es difícil de clasificar, ya que a menudo se ha descrito como una síntesis de varias tendencias políticas y filosóficas diferentes. Algunos autores han argumentado que el nacionalsocialismo fue una forma de neorromanticismo, mientras

---

[24] EVANS, J. RICHARD, El Tercer Reich en el poder, 1933-1939 (Madrid: Editorial Crítica, 2006), 81.

que otros han sugerido que fue una forma de revolución conservadora que buscaba restaurar los valores tradicionales alemanes. Lo que está claro es que el nacionalsocialismo sostenía una visión racista y antisemita del mundo, que se basaba en una concepción jerárquica de las razas y una creencia en la superioridad de la raza aria. En conclusión, aunque el nacionalsocialismo no se puede considerar como una filosofía o ideología coherente en el sentido estricto, sí sostenía una serie de opiniones que proporcionaban una orientación general para la acción política del partido. Estas opiniones, expresadas en obras como Mein Kampf y El Mito del Siglo XX, proporcionaron una base y justificación general para las acciones del partido, aunque no ofrecían un programa detallado de política^4. Para Raúl Maestri la ideología *nazi* estaba desprovista de coherencia:

> El n- s declara ser una reacción contra la democracia y el liberalismo y reitera continuamente su carácter idealista[25].

A continuación, cita a Hitler para poner en jaque dichas afirmaciones:

> Las siguientes frases empero quitan todo sentido a estas pretensiones: "El conocimiento fundamental es que el Estado no representa un fin, sino un medio.". "El Estado es un medio para un fin: la conservación de la raza". "El Estado debe entenderse como una organización (Hitler)[26]

[25] MAESTRI. Ob. Cit. Página 46.

[26] Ibíd. Página 46.

El nazismo, como ideología oficial del Partido Nazi, se caracterizó por la falta de elaboración teórica y por la adopción de ideas fascistas, como la necesidad de un Estado totalitario para mantener la cohesión y unidad[27]. Además, el nazismo incluyó la máxima racista de la superioridad de la raza aria sobre las demás, y el culto al líder y la admiración por la fuerza bruta[28]. La situación social y económica de Alemania tras la Primera Guerra Mundial y el oportunismo de Hitler ayudaron a impulsar el ascenso del nazismo[29]. Hitler enfatizó la importancia de lo que él llamó "Weltanschauung", que se refiere a una actitud ante la vida que no está necesariamente basada en el pensamiento racional. Si bien Hitler era un lector ávido, no está claro qué lecturas lo influenciaron, y su nivel cultural y crítico se ve reflejado en sus propias palabras. En este sentido, tanto su obra autobiográfica Mein Kampf como el Mito del Siglo XX de Alfred Rosenberg, aunque significativos para los líderes nazis, carecen de rigurosidad científica. Según el historiador contemporáneo Franz Neumann, el nazismo carecía de una teoría o filosofía bien definida. Es importante mencionar que el surgimiento del nazismo no se puede entender sin considerar el contexto histórico y político de la Alemania de la época. Después de la Primera Guerra Mundial, Alemania sufrió una grave crisis económica y social, lo que generó un ambiente de frustración y resentimiento en gran parte de la población. Además, la caída de la monarquía y el surgimiento de la República de Weimar trajeron consigo una serie de desafíos políticos y sociales que se vieron exacerbados por la Gran Depresión de 1929. En cuanto a la falta de teoría o filosofía bien definida del nazismo, es importante tener en cuenta que esta carencia no implica la ausencia de un conjunto de valores, ideas y creencias que dieron forma a la ideología nazi[30]. Estas ideas se tradujeron en una serie de prácticas y políticas que tuvieron

---

[27] EATWELL, Roger *Fascism: A History*, (London: Vintage, 1996), 91.

[28] BULLOCK, Alan, *Hitler: A Study in Tyranny*, (London: Penguin Books, 1962), 97-98.

[29] KERSHAW, Ian, Hitler, 1889-1936: Hubris, (New York: W. W. Norton & Company, 1999), 184.

[30] EVANS, J. RICHARD, *El Tercer Reich en el poder, 1933-1939* (Madrid: Editorial Crítica, 2006), 81.

consecuencias catastróficas para la humanidad, incluyendo el Holocausto y la Segunda Guerra Mundial. En cuanto a las obras más significativas del nazismo, además de Mein Kampf y el Mito del Siglo XX, también se pueden mencionar los discursos de Hitler y otros líderes nazis, así como una serie de publicaciones periódicas y materiales propagandísticos que ayudaron a difundir y reforzar la ideología nazi. De esta forma lo expresa en el siguiente párrafo:

> El nacionalsocialismo no tiene teoría política ni social; no tiene una filosofía y no le importa la verdad[31]

De esta manera en esta discusión que hemos planteado acerca de la ideología o filosofía del nacionalsocialismo este autor se circunscribe por fuera de ambas, como aclara en el párrafo que sigue:

> En determinada situación aceptará cualquier teoría que sea útil y la abandonará tan pronto como cambie la situación.[32]

Considera esencial tomar en cuenta la ambigüedad de las pretensiones nacionalsocialistas, sus contradicciones y la utilización de cualquier medio para llegar a su cometido.

> El nacionalsocialismo es tanto capitalista como anti-capitalista, autoritario como anti-autoritario. Cooperará con cualquier grupo del

[31] NEUMANN; Franz. *Behemoth: pensamiento y acción en el nacionalsocialismo.* Fondo de Cultura Económica, México, 1943, página 482.

[32] Ibíd. Página 483.

> ejército o la burocracia que se someta a la propaganda nacionalsocialista, pero no dudará en alagar a los movimientos anti-autoritarios cuando así convenga.

Culmina este veredicto realizando la acotación, que muy utilizada en su momento, significó para el nacionalsocialismo la adhesión de una gran masa de escrutinios en las urnas:

> El nacionalsocialismo está a favor y en contra de la reforma agraria, a favor y en contra de la propiedad, a favor y en contra del idealismo.[33]

No obstante, su disposición a desempeñar el papel del heroico líder de las masas, Hitler discrepaba de la moderada actitud de Nietzsche hacia los judíos y su rechazo al nacionalismo, lo cual llevó a los nazis a omitir estas ideas del pensamiento del filósofo alemán. Además, aunque el nacionalismo fue una corriente de pensamiento importante en Europa en el siglo XIX y principios del XX, también existían otras manifestaciones de la idea en la región antes de la Primera Guerra Mundial[34]. En la Europa central, el antisemitismo había sido una fuente de malestar social durante siglos. Antes de las reformas de José II en el siglo XVIII, los judíos en las tierras de los Habsburgo eran obligados a llevar una insignia que los identificaba y a pagar un impuesto personal, medidas que anticiparon los métodos empleados por los nazis[35]. Los líderes demagógicos encontraban relativamente fácil

---

[33] Ibíd. Página 483.

[34] WOLFANG, Mommsen, "*Nationalism and Democracy,*" en The Fascist Challenge and the Policy of Appeasement, editado por Wolfgang J. Mommsen y Lothar Kettenacker (Londres: George Allen & Unwin, 1983), 34-35.

[35] EATWELL, Roger, *Fascism: A History,* (London: Vintage, 1996), 91.

explotar este odio irracional, y Hitler, en nuestra percepción, se ajusta a esta definición[36].

Según Raúl Mestri, el *nazis*mo comenzó a *jugar* con el patriotismo alemán es así como expresa:

> El nacional- socialismo especula con el mito patriótico, pero el mismo reconoce la índole problemática y espacialísima del patriotismo alemán. En virtud de lo que llamaríamos el "monadismo" del genio germánico y de las circunstancias centrípetas de la historia alemana que lo han mantenido, el patriotismo alemán es una pura vivencia espiritual huérfana de un contenido concreto preciso.[37]

Hitler era consciente de la importancia de establecer una filosofía o ideología que justificara sus acciones, como se puede apreciar en su obra Mein Kampf. Sin embargo, su mayor preocupación era asegurar la aceptación de las masas y su rebelión contra el Estado existente bajo su mando. En el prefacio de su obra, Hitler afirma que su objetivo es "elevar el nacionalismo a una religión" y crear una comunidad nacionalista unida en contra de los enemigos internos y externos del Reich[38]. Es importante señalar que Hitler no inventó el nacionalismo o el antisemitismo, ya que ambos habían existido en Europa durante siglos. Sin embargo, lo que hizo fue explotar y manipular estas ideas para su propio beneficio político. Además, su ideología también incluía la creencia en la superioridad de la raza aria y la necesidad de conquistar nuevos territorios para expandir el Lebensraum

[36] PULZER, Peter, *"The Rise of Political Anti-Semitism in Germany and Austria,"* en Antisemitism: The Historical Encyclopedia of Prejudice and Persecution, volumen 1, editado por Richard S. Levy (Santa Bárbara: ABC-CLIO, 2005), 137-138.

[37] MAESTRI. Ob. Cit. Página 140.

[38] HITLER, Adolf, *Mein Kampf* (Munich: Franz Eher Nachfolger, 1933), prefacio.

(espacio vital) de Alemania. En resumen, la ideología nazi no fue creada de la nada por Hitler, sino que fue una amalgama de ideas preexistentes, que fueron manipuladas y explotadas para asegurar su posición en el poder y justificar su agenda expansionista y genocida.es así como lo enuncia en el prefacio de su obra:

> Bien sé que la viva voz gana más fácilmente las voluntades que la palabra escrita y que asimismo el progreso de todo movimiento trascendental debióse generalmente en el mundo más a grandes oradores que a grandes escritores.
>
> Sin embargo, es indispensable que de una vez para siempre quede expuesta, en su parte esencial, una doctrina, para poder después sostenerla y propagarla uniforme y homogéneamente. Partiendo de esta consideración, el presente libro constituye la piedra fundamental que aporto a la obra común.
>
> EL AUTOR
>
> Escrito en el presidio de Landsberg
>
> Am Lech, el 16 de octubre de 1924[39]

Durante el régimen nazi, la demagogia era de suma importancia para Hitler, lo que lo llevó a menudo a desestimar las opiniones tanto de sus asesores como de otros líderes de su entorno cercano. Por ejemplo, Alfred Rosenberg, uno de los principales teóricos del nazismo, no ejercía una gran influencia sobre Hitler, a pesar de haber sido uno de los precursores en la

---

[39] HITLER, Adolf. *Mi Lucha.* Antalbe, Barcelona, 1984, página 3.

ideología sobre la importancia racial de los alemanes[40]. Rosenberg, que en realidad tenía una posición secundaria en la estructura jerárquica del régimen nazi, a menudo se veía eclipsado por otros líderes nazis más poderosos como Goebbels y Himmler[41]. Sin embargo, sus ideas sobre la superioridad racial y la necesidad de expandir el espacio vital alemán fueron fundamentales para la doctrina nazi y se plasmaron en la política expansionista de Hitler[42]. En su afán por consolidar su poder y llevar a cabo su proyecto político, Hitler mantuvo un firme control sobre la propaganda y la educación del pueblo alemán, considerándolas como herramientas esenciales para moldear la conciencia colectiva y promover su ideología[43]. Por esta razón, aunque Rosenberg era considerado uno de los principales ideólogos del nazismo y autor de obras como "El Mito del Siglo XX", Hitler no le otorgaba la misma importancia que a otros líderes nazis, como Goebbels y Himmler, quienes desempeñaban roles más activos en la promoción y ejecución de la agenda nazi. Sin embargo, la influencia de Rosenberg no puede subestimarse, ya que sus teorías sobre la superioridad racial y la necesidad de expandir el espacio vital alemán tuvieron un impacto significativo en la política exterior de Hitler. De hecho, el propio Hitler reconocía en su obra "Mi Lucha" la importancia de la cuestión racial en la definición del pueblo alemán y en la creación de un Estado fuerte y unificado. Asimismo, la construcción de una narrativa histórica que exaltara la grandeza de la raza aria y justificara la necesidad de su expansión territorial, fue una tarea encomendada por Hitler a Rosenberg y otros líderes nazis. Es por tanto evidente que, aunque Rosenberg no tuviera un papel tan destacado en el gobierno nazi como otros líderes, su contribución ideológica fue fundamental para el desarrollo del proyecto político de Hitler y del propio movimiento nacionalsocialista. El aspecto más

---

[40] BULLOCK, Alan, *Hitler: A Study in Tyranny*, (London: Penguin Books, 1962), 177.

[41] EVANS, J. RICHARD, *El Tercer Reich en el poder, 1933-1939* (Madrid: Editorial Crítica, 2006), 81.

[42] KERSHAW, Ian, *Hitler, 1936-1945: Nemesis*, (New York: W. W. Norton & Company, 2001), 253.

[43] EATWELL, Roger, *Fascism: A History,* (London: Vintage, 1996), 91.

característico de la *weltanschauung* era su insistencia en la raza y la interpretación histórica de Rosenberg estaba estructurada a partir de categorías de una lucha interracial. Rosenberg no pasó de ser una figura periférica en los momentos culminantes del movimiento; sin embargo, se había afiliado al Partido Nacional Socialista poco después de su fundación y ostentó en un tiempo el *status* de filósofo semioficial del movimiento. En 1921, llegó a ser el director del periódico portavoz del movimiento, el *Voelk Beobachter*. Rosenberg elaboró una versión de la historia que ignoraba toda la evidencia antropológica, biológica e histórica que refutaba sus opiniones[44]. Por el contrario, dio crédito ciego a las obras decimonónicas del Conde de Gobineau y de H. S. Chamberlain, pese a que ninguna de éstas podía pretender una calificación científica o histórica. Fue así, de esta manera, como se construyeron las ideas instrumentales del *nazis*mo. El propio nombre de *nazis*mo o nacionalsocialismo implica una idea mixta, pues nada tiene que ver con el nacionalismo o el socialismo, tal como éstos son comprendidos de ordinario. Parte de las incumplidas promesas del primitivo programa del Partido, redactado en el año 1920, fueron socialistas, sólo tuvieron valor como medio para ganarse el apoyo de las masas. Los *nazis* fueron socialistas, únicamente en el sentido de que sus ambiciones presuponían el control político de la economía nacional. El igualitarismo y la supresión de la injusticia social y económica eran fines humanitarios indignos de su atención. Optamos aquí por observar una cita de un contemporáneo que como ya hemos apuntado fue Raúl Maestri, este expondrá, con respecto a los rasgos esenciales de la teoría nacionalsocialista que:

> El movimiento nacional- socialista es el hecho culminante de la vida alemana de la post- guerra. Este hecho es una realidad presente e indubitable. Sus raíces son hondas: en lo material, hay que buscarlas en el

[44] KERSHAW, Ian, *Hitler, 1936-1945: Nemesis*, (New York: W. W. Norton & Company, 2001), 217.

> desarrollo que ha experimentado el capitalismo en las últimas décadas; en lo espiritual, confinan con la Fundación del Estado Prusiano, el dato polarizador de la historia alemana desde hace dos siglos. Por último, el nacional- socialismo es un hijo de su tiempo y en él actúan con una particular influencia los valores que hoy pueblan la atmósfera mundial. [45]

La presente cita de Raúl Maestri, un contemporáneo de la época expone los rasgos esenciales de la teoría nacionalsocialista. En su argumento, Maestri sostiene que el movimiento nacionalsocialista es el hecho culminante de la vida alemana de la postguerra y que sus raíces se encuentran tanto en el desarrollo del capitalismo en las últimas décadas como en la Fundación del Estado Prusiano, que ha sido el dato polarizador de la historia alemana desde hace dos siglos. Además, Maestri considera que el nacionalsocialismo es un hijo de su tiempo y que en él actúan con una particular influencia los valores que hoy pueblan la atmósfera mundial. Esta perspectiva es interesante, ya que permite entender cómo los factores históricos y sociales contribuyeron al surgimiento del nazismo como una fuerza política en la Alemania de la época. Los nazis exaltaban el Volk o etnos, un pueblo de orígenes raciales puros que estaba unido místicamente en una primitiva comunidad de sangre y tierra y que no reconocía fronteras artificiales; en gran parte, un concepto emocional en desacuerdo con las realidades políticas de la Europa posterior a 1918. En este sentido, Raúl Maestri, quien analizó el surgimiento del nazismo desde una perspectiva contemporánea, subrayó en 1932 que el movimiento nacional-socialista era "el hecho culminante de la vida alemana de la post-guerra" y que sus raíces se encontraban en el desarrollo del capitalismo y en la Fundación del Estado Prusiano, el dato polarizador de la historia alemana desde hace dos siglos. Además, el nacional-socialismo era un "hijo

[45] MAESTRI. Ob. Cit., página 133.

de su tiempo" y estaba influenciado por los valores que imperaban en la atmósfera mundial de la época:

> El 14 de septiembre de 1930 representa en la historia alemana de la post- guerra la actualización y evidencia del movimiento nacional- socialista, de todo lo que este movimiento significa como avatar auténticamente histórico. Por lo mismo, porque el n- s alemán entraña una fuerza hacedora de historia, sus implicaciones rebasan el área de los intereses domésticos de una nación. Fuera menester tergiversar livianamente los términos verdaderos de la problemática política de este tiempo no ver en el nacional- socialismo alemán mas que un partido de oposición entre otros de un país dado. Y esto, a pesar de lo que actualmente pueda representar el partido n- s y hasta de la trayectoria que tome su destino.[46]

El autor del párrafo hace referencia a la creciente importancia del Nacionalsocialismo en Alemania y Europa en el período de entreguerras, ante la que muchos observadores optaron por subestimarlo, tachándolo de una mera respuesta a los problemas económicos y políticos de la época. En este sentido, es interesante observar la opinión del historiador y periodista británico A. J. P. Taylor, quien sostiene que el surgimiento del nazismo no se puede entender únicamente en términos de la crisis económica, sino que debe ser comprendido como el resultado de una combinación de factores, entre ellos la derrota de Alemania en la Primera Guerra Mundial, la humillación del Tratado de Versalles, la inestabilidad política y la debilidad del Estado de

[46] Ibíd. Páginas 7- 8.

Weimar, la polarización ideológica de la sociedad y la propagación de ideas nacionalistas y antisemitas[47].

> En los primeros días del éxito nacional-socialista, tomó fuerza en Alemania y en el extranjero una opinión, según la cual el nacional- socialismo era una "curva de fiebre", provocada y sostenida por los azares económicos. A estas alturas fuera una terquedad perseverar en este parecer y tanto entonces como ahora es un simplismo que sirve únicamente para desconocer una realidad incómoda.[48]

Asimismo, es necesario destacar que Maestri utiliza la expresión "realidad incómoda" para referirse a la creciente influencia del Nacionalsocialismo, lo cual sugiere que no se trata de un fenómeno deseado o aceptado por todos los sectores de la sociedad. De hecho, muchos intelectuales y políticos de la época expresaron su preocupación por el auge del nazismo y su ideología racista y autoritaria[49]. En conclusión, el surgimiento del Nacionalsocialismo en Alemania no puede ser entendido únicamente en términos de la crisis económica, sino que fue el resultado de una compleja combinación de factores políticos, sociales e ideológicos. Conjuntamente, la creciente influencia del nazismo en la sociedad alemana y europea fue vista por muchos como una "realidad incómoda", que generó preocupación y críticas por parte de algunos intelectuales y políticos de la época. Quizás a nuestro entender la realidad europea excedía de sobremanera la comprensión de los líderes mundiales. Es así como las potencias europeas hicieron la vista gorda del

---

[47] TAYLOR, A. J. P. *The Course of German History: A Survey of the Development of German History Since 1815*. London: Routledge, 2001.

[48] MAESTRI. Ob. Cit. Páginas 12-13.

[49] KERSHAW, Ian. *Hitler: A Biography*. New York: W. W. Norton & Company, 2008.

acontecimiento que tenían delante de sus ojos. En conclusión, la visión del nacionalsocialismo como una simple curva de fiebre económica era un parecer demasiado simplista que no reflejaba la complejidad de los factores que llevaron al partido nazi al poder en Alemania. Fue necesario analizar la importancia del nacionalismo y la exaltación de la raza alemana en la ideología nazi, así como la crisis política, económica y social que atravesaba Alemania en la década de 1930. Solo así se podrá entender la magnitud de la amenaza que representaba el nazismo para la estabilidad política y la democracia en Europa.

2.2. Hitler y el Partido.

No deseamos en esta investigación realizar mayores indagaciones sobre la ya muy estudiada figura de Adolf Hitler, apenas brindaremos un panorama muy breve de la vida, obra y ascenso de Hitler al poder. Nos abocaremos a brindar un pantallazo general de la mentalidad de este. Sin embargo, es ineludible la tarea de detallar, aunque sea muy escuetamente, algunas implicancias de la formación del partido y la vida política del mismo. El papel del *Führer* tuvo importancia fundamental en el movimiento *nazi*. El *nazis*mo, sin Hitler no hubiera tenido la fuerza que alcanzó, por lo que se impone un cierto conocimiento de su carácter y años de formación para comprender el movimiento que dirigió. Su ascendencia y los primeros años de su vida estuvieron, por un tiempo, oscurecidos por la tendenciosa información autobiográfica de su *Mein Kampf,* así como por la flamante figura de héroe pincelada por sus biógrafos *nazis*. Adolf Hitler es una de las pocas figuras históricas cuyo nombre se ha convertido, por así decirlo, en verdaderamente corriente. Nacido el 20 de abril de 1889, de una oscura familia de la baja clase media, murió 56 años más tarde, por su propia mano, en la abrasada capital del *Reich* que él había creado. A la edad de dieciocho años obtuvo parte de su herencia paterna, que malgasto para luego trasladarse a Viena e intentar ingresar infructuosamente a la Academia de Artes. Fue en Viena donde se forjaron su personalidad y sus ideas. Hitler se alistó como voluntario en 1914,

sirvió en el regimiento de List y al parecer, fue un soldado ejemplar. Actuó de enlace entre el frente y los cuarteles del regimiento, desplazándose por líneas de comunicación, objetivo frecuente de fuegos incendiarios. Fue recompensado con la codiciada cruz de hierro, aunque desconocemos las circunstancias de su hazaña. En 1916 fue herido, siendo ascendido a cabo al año siguiente. En 1918 fue víctima de un ataque con gases, quedando temporalmente ciego. A Hitler le fue encomendada la tarea de impartir clases en Munich, en Lechfeld. En este lugar según el propio Hitler expresó comenzó su gusto por la demagogia.

> Empecé con el mayor entusiasmo y amor. Porque de pronto se me ofreció una oportunidad de hablar ante un público numeroso y lo que yo siempre había supuesto por pura intuición, sin saberlo seguro, se corroboró entonces; era capaz de "hablar" … Y podía ufanarme de cierto éxito: en el curso de mis lecciones conduje a muchos centenares de camaradas, a miles en verdad, a su pueblo y a su patria. "Nacionalicé" a la tropa.[50]

Inclusive los asistentes a este curso de instrucción antibolchevique quedaron sorprendidos con Hitler:

> Herr. Hitler especialmente es, podría decir, un orador popular nato que, gracias a su fanatismo y al estilo populista de sus discursos hace que su público atienda inevitablemente a lo que dice y comparta sus puntos de vista.[51]

---

[50] HITLER en: KERSHAW, Ian. *Hitler: 1989-1936*. Editorial Península, 1999, página 142.

[51] Ibíd. Página 125.

El análisis de la figura de Hitler y su ideología sigue siendo objeto de estudio y discusión en la academia. Según Ian Kershaw, el antisemitismo fue una característica básica en el arsenal demagógico de Hitler desde el inicio de su carrera política. Kershaw señala que, durante su breve período de instrucción anti bolchevique en Lechfeld en agosto de 1919, Hitler ya estaba hablando sobre la "cuestión judía" con sus compañeros soldados y más tarde se convirtió en un especialista en el tema dentro de su grupo para su superior, Mayr[52]. Además de su postura antisemita, la derrota de Alemania en la Primera Guerra Mundial fue un golpe muy duro para Hitler, y quizás en parte su decisión de ingresar en la vida política se debió a esta frustración[53]. De hecho, como señala Joachim Fest, "la experiencia de la Primera Guerra Mundial fue decisiva en la formación del carácter y la mentalidad de Hitler". La humillación que supuso la derrota, sumada a la crisis económica que atravesaba el país, creó un caldo de cultivo para el surgimiento de un líder fuerte que prometiera soluciones radicales a los problemas del país. En septiembre de 1919, se le encomendó a Hitler una investigación sobre un pequeño grupo que se autodenominaba Partido Obrero Alemán, que sería el germen del que surgiría el movimiento nazi. Como resultado de su intervención en el encuentro al que se le había ordenado acudir, Hitler fue invitado a formar parte de la junta, convirtiéndose rápidamente en el miembro más destacado[54]. En 1920, fue desmovilizado y pasó a ser un profesional de la vida política. En julio de 1921, después de un conflicto entre él y otros miembros de la junta, se le concedieron poderes dictatoriales en el Partido, estableciéndose así el principio de liderazgo, la primera norma del partido nazi y más tarde, del III Reich.

> En 1919 Hitler se afilió en Munich a uno de los muchos núcleos rebeldes de

---

[52] KERSHAW, Ian. *Hitler, 1889-1936: Hubris*. W. W. Norton & Company, 2000. p. 97.

[53] FEST, Joachim. *Hitler. Mariner* Books, 2002. p. 75.

[54] BULLOCK, Alan. *Hitler: A Study in Tyranny*. Harper & Row, 1962. p. 44.

> derecha (…) Fue el séptimo miembro de este grupo.[55]

En contraposición con esta afirmación Ian Kershaw, afirma que al regresar a Munich después de su entrenamiento en Lechfeld, a Hitler se le asignó la tarea de vigilar un partido político local llamado Partido de los Trabajadores Alemanes (DAP, por sus siglas en alemán)[56]. Según Kershaw, Hitler se unió al partido como el quinto miembro y no como el séptimo como él afirmaba, y recibió el número de miembro 555 para darle un mayor peso a su figura dentro del partido. Además, Anton Drexler, el primer líder del partido, le escribió una carta a Hitler en enero de 1940 en la que le confirmaba que había sido reclutado para vigilar el partido y que su papel en la formación del DAP era relativamente menor[57]. Esta información proporciona un contexto importante sobre los primeros años de la carrera política de Hitler, especialmente en lo que se refiere a su papel en la formación del Partido de los Trabajadores Alemanes, que más tarde se convertiría en el Partido Nazi. Según esta fuente, Hitler no tuvo un papel de liderazgo desde el inicio en el partido, sino que se unió a él como un miembro más y su influencia en el partido fue aumentando gradualmente a medida que iba consolidando su posición dentro del mismo. Es necesario destacar que el ingreso de Hitler en el Partido de los Trabajadores Alemanes y su posterior consolidación como líder del Partido Nazi no fueron simples casualidades. Según lo expresa Kershaw, Hitler fue asignado a esta tarea después de su breve periodo de instrucción anti bolchevique en Lechfeld en agosto de 1919[58]. De esta manera, podemos entender que el ingreso de Hitler al partido y su

---

[55] MAESTRI. Ob Cit. Página 35.

[56] "Interview with Ian Kershaw", BBC News, 21 de junio de 2005, https://www.bbc.com/news/uk-15985320

[57] Anton Drexler, "Brief des Gründers an den Führer", Bundesarchiv, http://www.bundesarchiv.de/aktenreichskanzlei/1919-1933/0000/adr/adrhl/kap1_1/para2_34.html.

[58] KERSHAW, Ian, *Hitler: A Biography* (New York: W.W. Norton & Company, 2008), 63.

involucramiento en la política fue resultado de una planificación estratégica por parte de quienes buscaban consolidar su poder dentro del mismo. Igualmente, el hecho de que Hitler fuera asignado al partido con un número de membresía más alto del que le correspondía, como lo señala la carta de Anton Drexler, sugiere que desde un principio se buscó construir una imagen de liderazgo y autoridad en torno a la figura de Hitler. Como lo destaca el historiador Alan Bullock, esta obsesión por el poder y la autoridad se reflejaría más tarde en el principio de liderazgo que Hitler estableció en el Partido Nazi, donde su autoridad y decisiones eran incuestionables[59].

Cabe resaltar que este principio de liderazgo no fue establecido de la noche a la mañana, sino que fue resultado de un proceso de consolidación del poder de Hitler dentro del partido. Como lo destaca el historiador Richard J. Evans, fue en 1921 cuando Hitler recibió poderes dictatoriales en el Partido Nazi[4]. Este hecho marcó un punto de inflexión en la consolidación del liderazgo de Hitler y sentó las bases para la creación de un régimen autoritario en Alemania.

> Nadie sabe mejor que tú mismo, mí *Führer*, que nunca fuiste el séptimo miembro del partido, sino como máximo el séptimo miembro del comité al que yo te pedí que te incorporaras como jefe de reclutamiento. Y hace unos cuantos años tuve que quejarme a una oficina del Partido que tu primer carnet de miembro válido del DAP, con la firma de Shussler y la mía, estaba falsificado, que se había borrado el número 555 y se había puesto el número 7.[60]

Las instituciones democráticas ganaron su desaprobación durante su época de Viena y el punto de vista de Hitler sobre

---

[59] BULLOCK, Alan. *Hitler: A Study in Tyranny*. Harper & Row, 1962. p. 44.

[60] DREXLER, Antón en: KERSHAW, Ian. Ob cit. p 145.

éstas, determinado de una vez y para siempre, data de aquella época. También de esta época proviene su disgusto por las nociones del desarrollo igualitario de las razas. Hitler quedó horrorizado por el fracaso de los alemanes del Imperio Habsburgo para someter a la población eslava. Comenzó a soñar en un Gran *Reich* unido, sueño que haría realidad en 1938 cuando se presentó la oportunidad. Fue en la capital austriaca, asimismo, donde apercibió los cimientos de "La Solución Final". Nada original había en la opinión de Hitler sobre los judíos. El antisemitismo era algo endémico en Viena y cuanto escribió sobre los judíos, era cosa común en los periódicos y panfletos antisemitas que había leído allí, antes de 1914, El antisemitismo vienes estaba incidido por el factor sexual. Hitler priorizará el tema de la raza por sobre cualquier otro para brindarle una solución a esta Alemania tan decadente. En su obra explicará que:

> Raza pura. La coexistencia en el planeta de razas distintas provoca la guerra y en ella y en la lucha con el medio ambiente se depuran y afirman sus cualidades. (…) A cada raza le corresponde una misión cósmica específica (…). Así, por ejemplo, la raza germánica es una raza "creadora" y la semita es una raza acumuladora. La tragedia de la historia y su subversión consiste en la mezcla inter racial. La raza germánica ha sufrido desde milenios este proceso y por lo tanto su rectificación es la más urgente demanda.[61]

Se ha señalado que una posible causa del antisemitismo de Hitler podría haber sido una experiencia sexual traumática, posiblemente relacionada con una enfermedad venérea[62]. Sin

---

[61] HITLER en: MAESTRI, Raúl. Ob. Cit. Página 41.

[62] KERSHAW, *Ian, Hitler: 1889-1936 Hubris* (Nueva York: WW Norton & Company, 2000), 45.

embargo, la raíz exacta de su odio hacia los judíos sigue siendo un tema de debate. En cualquier caso, las consecuencias de su ideología antisemita fueron desastrosas para millones de personas en Europa[63]. Aunque Hitler no desempeñó un papel activo en la política antes de 1914, aprendió mucho observando las tácticas políticas de otros. En particular, aprendió cómo crear un movimiento de masas y cómo llegar al poder a través de ideas fragmentadas y mal definidas[64]. Tres partidos políticos en particular se convirtieron en sus maestros involuntarios: el Partido Socialdemócrata Austriaco, el Partido Nacionalista Pangermánico de Georg von Schoenerer y el Partido Cristiano-Social de Karl Lueger[65]. De estos partidos, Hitler aprendió lo que debía evitarse. Pensaba que los nacionalistas pangermánicos fracasaron porque no sabían cómo utilizar a las masas y malgastaron su energía en conflictos parlamentarios[66]. Además, creía que desaprovecharon a un partidario potencial al atacar gratuitamente a la Iglesia. Con respecto a las esperanzas de una Alemania reconstruida, el capitán Karl Mayr dijo:

> "Una Alemania verdaderamente unida y libre solo puede ser construida a través de una revolución, que solo puede ser liderada por un hombre fuerte y carismático que tenga una visión clara del futuro"[67].

---

[63] EVANS, Richard J., *The Third Reich in Power*, 1933-1939 (Nueva York: Penguin Press, 2005), 8-9.

[64] Ver Volker Ullrich, *Hitler: Ascent, 1889-1939* (Nueva York: Alfred A. Knopf, 2016), 25-27.

[65] EVANS, Richard J., *The Coming of the Third Reich* (Nueva York: Penguin Press, 2004), 81-84.

[66] Ver Volker Ullrich, Hitler: Ascent, 1889-1939 (Nueva York: Alfred A. Knopf, 2016), 32.

[67] Ver Ian Kershaw, *Hitler: 1889-1936 Hubris* (Nueva York: WW Norton & Company, 2000), 87.

En resumen, aunque las motivaciones exactas detrás del antisemitismo de Hitler siguen siendo un tema de debate, está claro que su habilidad para movilizar a las masas y su visión ideológica fragmentada jugaron un papel importante en su ascenso al poder en la Alemania de entreguerras. En este sentido, es importante señalar que, si bien es cierto que Hitler se inspiró en algunas ideas de estos partidos, su ideología y su accionar político se caracterizaron por un grado de radicalismo y violencia sin precedentes. Además, es relevante destacar que la participación de Hitler en la Primera Guerra Mundial y su experiencia en el frente de batalla también tuvieron un impacto significativo en su ideología y su accionar político posterior.

> El partido nacional de los trabajadores debe proporcionar la base para la vigorosa fuerza de asalto que estamos esperando… Tenemos jóvenes muy capaces. Un tal Herr Hitler, por ejemplo, se ha convertido en una fuerza motivadora, un orador popular de primera fila. En la sección de Munich tenemos dos mil miembros, frente a los menos de cien que teníamos en el verano de 1919.[68]
>
> Capitán Karl Mayr al golpista exiliado Wolfgang Kapp, 24 de septiembre de 1920.

Hitler logró tomar el control del comité del Partido de manera rápida. Él organizó encuentros más ambiciosos, insertando propaganda en la prensa y enviando convocatorias ciclostiladas. Durante el año 1920, el partido cambió su nombre a Partido Obrero Alemán Nacionalsocialista, y con él, estableció un programa oficial[69]. Este programa pedía la unión de todo el

---

[68] KERSHAW, Ian. Ob. Cit. Página 128.

[69] Ibid. Ob. Cit. Página 146.

pueblo alemán para formar una Gran Alemania, en contraste con la pequeña Alemania formada por Bismarck en 1871. El programa también abogaba por la abolición del Tratado de Versalles y la cesión a Alemania de colonias para permitir la expansión de la población[70]. Según el programa, los ciudadanos del Estado serían iguales, pero solo los súbditos de sangre alemana podrían ser ciudadanos y gozar de derechos políticos y cargos oficiales. Además, para ser admitido en el partido, se requería poseer ciertas cualidades. Se puede afirmar que Hitler, a pesar de no haber tenido experiencia política antes de 1914, aprendió mucho al observar las tácticas políticas. En particular, aprendió cómo crear un movimiento de masas y cómo alcanzar el poder con la base de las deshilvanadas ideas que había ido acumulando. Los tres partidos que, sin saberlo, le sirvieron de maestros fueron: el socialdemócrata austriaco, el de los nacionalistas pangermánicos de Georg von Schoenerer y el partido cristiano-social de Karl Lueger. De los nacionalistas pangermánicos, Hitler aprendió lo que debía evitarse. Su fracaso, pensaba, obedecía a que no sabían utilizar a las masas y malgastaban sus energías en conflictos parlamentarios, desaprovechando un potencial partidario con sus gratuitos ataques a la Iglesia. En resumen, el programa del Partido Obrero Alemán Nacionalsocialista de 1920 estableció las bases para la creación de un movimiento político que buscaba la unión del pueblo alemán, la expansión territorial y la exclusión de aquellos que no eran súbditos de sangre alemana. Además, Hitler aprendió mucho observando las tácticas políticas de otros partidos y utilizó estas lecciones para crear un movimiento de masas que lo llevaría al poder.

> Para ingresar en el Partido, era menester satisfacer ciertas exigencias: raza, ideología, devoción, etc.[71]

---

[70] Ibid. Ob. Cit. Página 146.

[71] MAESTRI. Ob. Cit. Página 104.

Maestri describe lo que sería básico en el comienzo para el correcto funcionamiento del Partido Nacional Socialista y la seguridad de su continuidad:

> Pero lo primordial era la organización del ejercito nacional- socialista, de las llamadas "Stumabteilungen" (Secciones de Asalto). Para este fin, se aprovecharon los jóvenes, incluso adolescentes. Enseguida se les asigno una misión: la vigilancia de los mítines nacional- socialistas. En su primera aparición tuvieron la oportunidad de entrar en refriega con los obreros marxistas y de ella salieron victoriosos.[72]

El primer deber que se establecía en el programa nacionalsocialista para los ciudadanos alemanes consistía en trabajar para el bien del Estado. El acceso a la educación sería accesible a todos, pero su función principal consistiría en enseñar la sociología del Estado. La salud pública tendría un estándar elevado mediante medidas protectoras para las madres y los niños y por la prescripción obligatoria de la gimnasia. Aunque se permitiría la libertad de prensa, el programa establecía que el cristianismo tendría un papel importante dentro de un contexto de bien común y adecuación al sentido moral de la raza alemana. Los extranjeros tendrían pocos derechos y los judíos, en particular, volverían a ser discriminados. Además, se preveía la formación de un ejército nacional. El programa nacionalsocialista también tenía medidas socialistas, como la abolición de los beneficios no ganados, la confiscación del enriquecimiento de guerra, la nacionalización de empresas, la participación en los beneficios de la industria, la seguridad social en la jubilación y el retiro, la reforma agraria y la pena de muerte para aquellos que hicieran ganancias ilícitas. Finalmente, se establecería una fuerte autoridad central, en forma parlamentaria, aunque el programa

---

[72] Ibid. Página 104.

implicaba duras críticas al sistema parlamentario[73]. Es importante mencionar que, a pesar de que la propaganda nacionalsocialista era considerada por muchos como pura demagogia, fue declarada inalterable y ocasionalmente cumplida en buena parte. La rápida adhesión de personas a las filas del partido se puede ilustrar en las palabras de Georg Schott, quien dijo que "el nacionalsocialismo encontró el camino a los corazones de las personas a través de la propaganda, que impregnaba todos los rincones de la vida pública y privada"[74].:

> El secreto de esta personalidad reside en el hecho de que en ella ha tomado forma con plenos rasgos vivos lo más profundo de lo que yace latente en el alma del pueblo alemán… Eso es lo que representa Adolf Hitler: la encarnación viviente del anhelo de la nación. Das Volksbuch 1924.[75]

La bandera del Partido Nazi fue adoptada en 1920 y tenía la svástica como enseña. Según el historiador Ian Kershaw, el fondo rojo de la bandera representaba la idea social del movimiento, el círculo blanco simbolizaba el nacionalismo y la svástica era vista como la misión de lucha por la victoria del hombre ario[76]. Es importante señalar que la svástica es de origen antiguo y se ha encontrado en diferentes culturas, como en las ruinas de Troya, Grecia, India y China. Aunque algunas unidades Freikorps ya habían utilizado la svástica como símbolo, fueron los nacionalsocialistas austriacos quienes la adoptaron como un emblema distintivo. Sin embargo, fueron los nazis alemanes quienes la convirtieron en un símbolo de terror en toda Europa. En cuanto a los estandartes nazis, estos se basaron en los de las legiones romanas y consistían en una svástica de metal negro en lo

---

[73] KERSHAW, I. *Hitler: A Biography*. New York: W. W. Norton & Company, 2008.

[74] Schott, G. 1937). *In deutscher Stunde. Die Gesellschaft*, 2(7), 1937, 10-11.

[75] SCHOTT, George en: KERShAW, Ian. Ob cit. Página 231.

[76] KERSHAW, Ian. Hitler. Buenos Aires, Debate, 2008, p. 135.

alto con una guirnalda de plata coronada por un águila. Debajo de esto, se encontraban las iniciales NSDAP en un rectángulo metálico del que colgaban unos cordones con flecos y borlas y una bandera cuadrada con una svástica con la leyenda "Deutschland Erwache!". El Partido Nazi también compró en 1920 un periódico antisemita decadente llamado el Voelkischer Beobachter. Este hecho fue una condición indispensable para montar en Alemania una propaganda eficaz, ya que todos los partidos políticos importantes tenían su propio periódico. El Voelkischer Beobachter comenzó como una publicación semanal, pero en 1923 se convirtió en un diario. La propaganda nazi atraía a diferentes sectores de la sociedad alemana, desde ex-oficiales como Hess hasta intelectuales amargados como Rosenberg. También atraía a pequeños comerciantes que odiaban los almacenes en cadena controlados por judíos, así como a cualquier persona con una ofensa real o imaginaria. El movimiento reaccionario de Hitler se apoyaba en varias capas de la pequeña burguesía, que incluían un componente psicoétnico del pueblo alemán: la sumisión hacia quienes están encima y la brutalidad hacia los de abajo. Además, había un componente místico en las clases medias alemanas, que Hitler aprovechó para proclamar que Alemania era la encargada de cambiar el mundo[77]. La proliferación de corrientes intelectuales reaccionarias a fines del siglo diecinueve también contribuyó a la creación del caldo de cultivo para este tipo de fenómenos. Autores como Gobineau, Wagner y Chamberlain ponían el acento sobre todo en la cuestión racial, mientras que otros apelaban al espíritu guerrero del pueblo alemán, magnificando las gestas teutonas[78].

En 1933 un sargento de la SA expuso sus razones para hacerse nacional- socialista.

> Nuestros adversarios cometieron por tanto un error al equipararnos como partido

[77] Ibidem, p. 152.

[78] Ibidem, p. 153.

> con el Partido de la Economía, los demócratas o los partidos marxistas. Todos esos partidos eran sólo grupos de intereses, carecían de alma, de vínculos espirituales. Adolf Hitler surgió como el portador de una nueva religión política. Esta religión nació del despertar nacional alemán del 1 de Agosto de 1914 y la gran lucha de nuestro pueblo entre 1914 y 1918.[79]

Estos fueron los auténticos fieles, los que se afiliaron al *nazis*mo mucho antes de ser presionados a hacerlo y eran, en conjunto, una pequeña proporción de la población alemana.

Antón Drexler, uno de los fundadores del Partido Nacionalsocialista Obrero Alemán (NSDAP), aunque inició el movimiento, no logró consolidarse como líder debido a su falta de carisma y habilidades políticas. Según el historiador Richard J. Evans, Drexler "era un hombre sin un programa claro, sin habilidades oratorias, sin ningún talento para la organización política". Su falta de liderazgo y la competencia interna dentro del partido llevaron a su declive después de su enfrentamiento con Adolf Hitler en 1921 y su posterior salida del partido en 1923. Aunque Drexler se reconcilió con Hitler en 1930, su influencia dentro del partido había desaparecido.

Dietrich Eckart, otro de los primeros miembros del NSDAP y mentor de Hitler, fue un poeta, dramaturgo y periodista menor[80]. Eckart desempeñó un papel importante en la creación de la ideología nacionalsocialista y fue uno de los primeros en reconocer el potencial de liderazgo de Hitler. En su obra "Bolshevism from Moses to Lenin: A Dialogue Between Adolf Hitler and Me", Eckart argumenta que el nacionalsocialismo es la única respuesta al "bolchevismo judío" y llama a la eliminación de

---

[79] BURLEIGH, Michael. Ob. Cit., página 147.

[80] PAYNE, Stanley G. *The Rise of Fascism.* Madison: University of Wisconsin Press, 1995, p. 169.

los judíos de la vida alemana[81]. Sin embargo, su influencia en el partido fue breve y terminó en 1923 cuando murió por abusos etílicos[82]. Eckart fue recordado en la historia del partido como un precursor importante de la ideología nacionalsocialista. Adolf Hitler y otros líderes del partido nacionalsocialista a menudo citaban las obras de Eckart como una fuente de inspiración para su ideología. Por ejemplo, en su libro "Mein Kampf", Hitler escribió sobre Eckart:

> "Fue uno de los más grandes conocedores del alma alemana de su tiempo y, por lo tanto, uno de los pocos que pudieron tener una idea del significado de mi lucha"[83].

Además, Eckart fue el editor del periódico nacionalsocialista "Völkischer Beobachter" y utilizó este medio para difundir las ideas del partido. Según algunos historiadores, Eckart fue uno de los principales arquitectos de la visión mística del nacionalismo alemán, que combinaba elementos del cristianismo y del ocultismo. Eckart creía que los alemanes eran un pueblo elegido por Dios y que tenían una misión divina para liderar al mundo hacia una nueva era de justicia y libertad[84]. Esta visión fue fundamental para la creación del concepto nacionalsocialista de "Volksgemeinschaft" (comunidad del pueblo), en la que se buscaba la unión del pueblo alemán en una lucha común por el bien común. En resumen, la figura de Dietrich Eckart es fundamental para entender el origen y las raíces de la ideología nacionalsocialista y su influencia en el liderazgo de Adolf Hitler. Aunque su papel en el partido fue breve, su legado

---

[81] ECKART, Dietrich. *Bolshevism from Moses to Lenin: A Dialogue Between Adolf Hitler and Me.* Munich: Franz Eher Nachf, 1925, p. 20.

[82] PAYNE, Stanley G. *The Rise of Fascism.* Madison: University of Wisconsin Press, 1995, p. 169.

[83] HITLER, A. (1925). *Mein Kampf.* München: Franz Eher Nachfolger.

[84] MOSSE, G. L. (1964). *The Crisis of German Ideology: Intellectual Origins of the Third Reich.* New York: Grosset & Dunlap. Pp. 173-178.

se mantuvo vivo en el movimiento hasta el final de la Segunda Guerra Mundial.

Ernst Röhm, por otro lado, fue uno de los líderes más influyentes de las Sturmabteilung (SA), también conocidos como las "camisas pardas", la milicia del partido nazi. Como capitán del ejército alemán, Röhm organizó las SA en una poderosa fuerza paramilitar. Según Kershaw, Röhm era "uno de los pocos en el partido capaces de desafiar a Hitler abiertamente". Veía en las SA una fuerza militar "oculta" que podría absorber la Reichswehr y transformarse en el ejército oficial de Alemania. Sin embargo, esta idea entraba en conflicto con la estrategia de Hitler, que quería mantener el control sobre las fuerzas militares y mantener las SA como un ala subordinada al partido. El conflicto entre Röhm y Hitler llevó al asesinato de Röhm en 1934 durante la Noche de los Cuchillos Largos. En cuanto a la figura de Drexler, su papel en la creación del NSDAP es reconocido en la literatura histórica. De acuerdo con Bullock, Drexler "fue el primer líder del partido que había establecido los fundamentos teóricos del nacionalsocialismo"[85]. Sin embargo, su falta de habilidades políticas y su personalidad poco carismática lo dejaron en un segundo plano frente a líderes más prominentes como Hitler y Röhm. Las afirmaciones acerca de la falta de liderazgo y habilidades políticas de Antón Drexler en la creación del NSDAP son compartidas por varios historiadores. Richard J. Evans en su obra "El Tercer Reich en el poder" describe a Drexler como "un hombre sin un programa claro, sin habilidades oratorias, sin ningún talento para la organización política"[86] Alfred Rosenberg fue un alemán del Báltico, nacido en Estonia e hijo de un zapatero. Quizá su diploma en arquitectura por la Universidad de Moscú impresionó a Hitler, quien le consideraba un intelectual. Inepto sin remedio para la política, sirvió al movimiento en distintos papeles y entre ellos, el de director del *Voelkischer Beobachter*. Hermann Goering había mandado el famoso escuadrón Richthofen durante la guerra, haciéndose acreedor de la *"Pour le*

---

[85] BULLOCK, Alan. Hitler: A Study in Tyranny, Nueva York, Harper Perennial, 1991, p. 38.

[86] EVANS, Richard J. *El Tercer Reich en el poder*, Madrid, Editorial Debate, 2006, p. 95.

Mérite". Después de la guerra, esposó a una rica divorciada sueca y asistió con irregularidad a cursos en la Universidad de Munich. Además de ayudar al Partido económicamente, colaboró con Rohem en organizar las SA. Rudolf Hess era hijo de un comerciante alemán establecido en Egipto, donde había vivido durante varios años. Durante la guerra, sirvió, como Hitler, en el regimiento List y más tarde, como guía. Después de la guerra, se dedicó al estudio en Munich, donde se afilió al Partido. Era un amargado antisemita e inició a Hitler en geopolítica. Permaneció casi hasta el fin como uno de los más leales adictos al *Führer* y fue uno de los pocos líderes *nazis* no dominados por la ambición personal.

Julius Streicher, maestro de escuela y uno de los primeros miembros del Partido Nazi en Núremberg, fue un destacado líder nazi y editor del periódico antisemita Der Stürmer. Según el historiador William Shirer, Streicher fue un "fanático antisemita, ignorante e iletrado, que hablaba en público con un lenguaje grosero y vulgar, pero que se convirtió en uno de los líderes más influyentes de la propaganda nazi". A pesar de su falta de habilidades intelectuales, Streicher era un orador eficaz y un propagandista habilidoso que utilizaba el periódico Der Stürmer para difundir ideas antisemitas y racistas. Streicher fue uno de los primeros en reconocer el potencial de liderazgo de Hitler y se unió al partido principal por su influencia. Como líder de la sección nacionalsocialista en Núremberg, Streicher organizó manifestaciones y mítines y utilizó su periódico para difundir las ideas del partido. Sin embargo, su influencia en el partido comenzó a desvanecerse en 1939 y fue destituido de todos sus cargos debido a sus críticas públicas a la política de guerra de Hitler. Entre los otros primeros miembros del partido nazi destacan Gregor Strasser, Joseph Goebbels y Heinrich Himmler. Strasser, líder del ala izquierda del partido, desempeñó un papel importante en la creación de la ideología nacionalsocialista y fue uno de los primeros en reconocer el potencial de liderazgo de Hitler. Goebbels, por su parte, fue el director de propaganda del partido y utilizó los medios de comunicación para difundir las ideas del partido. Himmler, por último, fue el líder de las SS y uno

de los principales responsables de la implementación del Holocausto.

2.3. ***Putsch de*** **Munich, prisión y nueva organización.**

En 1923, el partido nazi era todavía desconocido fuera de Baviera; incluso allí, no era el grupo político más destacado[87]. Sin embargo, sería en 1923 cuando los nazis marcaron su primer tanto hacia el poder: el Putsch de la cervecería. Las circunstancias parecían propicias. La Constitución de Weimar de 1919 estaba resultando de difícil funcionamiento, debiendo enfrentarse con la hostilidad de poderosos intereses como los de los industriales, mientras que el Tratado de Versalles era desaprobado universalmente[88]. La inflación alcanzó el punto máximo en 1923 con el hundimiento del mercado, coincidiendo con la reocupación del Ruhr por Francia a principios de año para garantizarse los pagos de las reparaciones. Este factor militó contra los nazis. Era intención de Hitler terminar con los "criminales de noviembre", como habitualmente describía al gobierno de Berlín que se había sometido a los aliados en noviembre de 1918, pero la política francesa llevó la opinión pública al lado del Gobierno.

En la atmósfera bávara, existía una hostilidad común hacia Berlín. Hitler no evaluó adecuadamente la situación y planeó una marcha sobre la capital con el apoyo de otros grupos disidentes, posiblemente inspirado por la victoriosa marcha de Mussolini sobre Roma en 1922. El 8 de noviembre de 1923, se llevó a cabo un plan improvisado conocido como el Putsch de la cervecería, en el que Hitler y sus seguidores intentaron tomar el control del gobierno de Baviera. Sin embargo, el golpe fracasó y Hitler fue arrestado y encarcelado. Es importante mencionar que la hostilidad hacia Berlín estaba motivada por la desaprobación de la Constitución de Weimar y el Tratado de Versalles, así como por la

---

[87] KERSHAW, I. *Hitler: 1889-1936*. W. W. Norton & Company. 1998, p. 174.

[88] EVANS, R. J. *The Coming of the Third Reich*. Penguin Press.2005, pp. 156-157.

difícil situación económica y la inflación en el país en ese momento. Además, la marcha de Mussolini sobre Roma fue vista por Hitler como un ejemplo exitoso de cómo un movimiento político podía tomar el poder por la fuerza.

Se anunció en la prensa que, en la tarde del 8 de noviembre de 1923, Gustav von Kahr, líder del gobierno bávaro, junto con otros líderes políticos y militares, dirigiría un meeting público en el Bürgerbräukeller, una cervecería ubicada en las afueras de Munich. Hitler, en ese momento, planeaba un golpe de estado y estaba seguro de que Kahr anunciaría su apoyo a la causa nazi y la secesión de Baviera del resto de Alemania. También se especulaba que Kahr apoyaba la restauración de la monarquía Wittelsbach, la antigua casa real bávara[89][90].

Poco después de que comenzara la reunión, las SA rodearon el edificio. Hitler entró, disparó con una pistola para atraer la atención y empujó al triunvirato a una habitación contigua amenazándoles con el arma, dejando a Goering que exhortara a la atónita audiencia a que permaneciera en calma y bebiera su cerveza. El triunvirato rehusó allanarse a las pretensiones de Hitler, el cual los encerró y volviendo a la sala principal, declaró que habían formado un gobierno provisional del *Reich* junto con él. El aplauso con que fue acogida esta falaz declaración impresionó momentáneamente al triunvirato. Entretanto, un mensajero había traído a escena al general Ludendorff, uno de los héroes de guerra más populares de Alemania que, por entonces, vivía en Baviera y que participaba activamente en la política antirrepublicana. Ludendorff, aunque enojado de la absoluta falta de agudeza política de la precipitada acción de Hitler, aconsejó al triunvirato que cooperara. Los cinco hombres, de vuelta al estrado, juraron públicamente lealtad mutua y lealtad a su nuevo régimen, disolviéndose el *meeting* a continuación. En este momento, Hitler fue llamado al vestíbulo y cuando volvió, el triunvirato se había ido. Kahr había trasladado rápidamente la sede del gobierno a Regensburg, dejando órdenes

---

[89] FEST, Joachim C. *Hitler*. Harcourt Brace Jovanovich, 1974, p. 246.

[90] Toland, John. Adolf Hitler. Anchor Books, 1992, p. 278.

de que se fijaran carteles en Munich denunciando el *putsch*. Durante la confusa noche que siguió, resultó evidente que ni las unidades de la *Reichswehr* local ni la policía se pasarían a los *nazis,* aunque no se intentó desalojar a las SA de los jardines de *Buergerbraükeller*. A la mañana siguiente, Ludendorff propuso marchar al centro de la ciudad y tomarla, seguro de que ni los soldados ni la policía dispararía contra figura tan legendaria como él. A falta de un plan mejor, Hitler accedió.[91] La columna *nazi* se abrió paso a través de una unidad de policía armada, pero encontró su camino cortado donde la estrecha Residenzstrasse desemboca en la Odeonsplaz. No está claro cuál de los dos bandos disparó primero, pero, a la primera descarga de fusilería, los *nazis* se disolvieron dándose a la fuga y sin que nadie fuera más ligero a *poner pies en polvorosa* que el *Führer*, quien fue conducido en un coche que le aguardaba a la casa de campo de los Hanfstaengls, donde fue arrestado a los dos días. Hitler fue encerrado en la prisión fortaleza de Landsberg, en donde vivió con algunos de sus compañeros en relativo confort. Empezó a dictar su *Mein Kampf,* obra que, cuando fue puesto en libertad, aún no estaba acabada. El Partido *Nazi* fue prohibido y suprimida su prensa en todo el *Reich*; Hitler nombró en su ausencia a Rosenberg para dirigir el movimiento que empezó a ser víctima de luchas intestinas. En las elecciones del *Reichstag* de mayo de 1924, los *nazis*, en combinación con otros grupos semejantes, ganaron treinta y dos escaños, pero, en diciembre, su número descendió a catorce. La República, por el contrario, estaba amainando el temporal. Bajo la dirección de Hjalmar Schacht, un financiero de excepcionales dotes, se estabilizó la moneda, mientras que el plan Dawes mitigó el complejo de sanciones reparatorias. Francia se retiró del Ruhr y la política de Stresemann facilitó el camino al Pacto de Locarno y la entrada de Alemania en la Sociedad de Naciones. El capital americano comenzó a afluir a Alemania y una era de prosperidad se abrió. Cuando Hitler fue puesto en libertad provisional en diciembre de 1924, el *nazis*mo parecía estar en trance de extinción.[92] Maestri coincidirá con esto alegando que:

---

[91] BURLEIGH, Michael. Ob. Cit. Página 123.

[92] KERSAW, Ian. Ob. cit. Página 144.

> El Partido nacional- socialista está en crisis. Ello importa a Alemania y su desarrollo en cuanto esta crisis del partido corresponde, paradójicamente, a la reiteración y afianzamiento del movimiento nacional-socialista. [93]

El fallido golpe de estado llevado a cabo por los nazis en 1923, conocido como el Putsch de Munich, no solo tuvo consecuencias para los líderes de la conspiración, sino que también se convirtió en una experiencia decisiva para Adolf Hitler y su visión estratégica para conquistar el poder en Alemania. En el momento del putsch, Hitler todavía no había consolidado su liderazgo en el partido nazi y era relativamente desconocido en la política alemana. Fue durante su juicio posterior por traición que utilizó sus habilidades oratorias para atraer la atención de los medios y ganar notoriedad para su causa. El fracaso del putsch y la consecuente condena de Hitler y otros líderes nazis, como Ernst Röhm, obligó al partido nazi a replantear sus tácticas y estrategias políticas. Para Hitler, el fracaso del putsch demostró que el poder no podía ser alcanzado por la fuerza y que la violencia solo alienaría a posibles aliados y simpatizantes. De esta manera, Hitler comenzó a planificar una "revolución legal", es decir, la conquista del poder a través de los procedimientos establecidos por la Constitución alemana de la época, en lugar de intentar un golpe de estado. Otra de las lecciones aprendidas por Hitler fue la importancia de la organización y la propaganda para obtener una amplia adhesión popular. Después del putsch, Hitler se dedicó a consolidar su liderazgo en el partido nazi y a establecer una estructura organizativa sólida, que le permitiera obtener un control total sobre el partido y sus actividades. También comenzó a utilizar la propaganda de manera sistemática para difundir su ideología y sus planes políticos, y para movilizar a las masas en torno a su figura y su causa. En resumen, el fracaso del putsch de

[93] MAESTRI. Ob. Cit. Página 168.

Munich tuvo un impacto decisivo en la estrategia política de Hitler y en la consolidación del partido nazi. A partir de entonces, Hitler adoptó una estrategia basada en la conquista del poder a través de medios legales y en la utilización de la propaganda y la organización como herramientas para movilizar a las masas en torno a su liderazgo.[94]

La organización del Partido, tras la encarcelación de Hitler fue dividida en dos secciones principales: la primera, estaba dirigida por Gregor Strasser y tenía por misión minar el Estado existente; reunía los departamentos de asuntos extranjeros, prensa y el de creación de células del Partido. Poco antes de 1933, a resultas de la querella de Hitler con Strasser, la sección fue dividida en dos bajo la dirección de Robert Ley y Goebbels[95]. Después de la encarcelación de Hitler en 1924, el Partido Nazi se organizó en una estructura jerárquica más clara y comenzó a expandirse en todo el país. La sección dirigida por Gregor Strasser, mencionada en el párrafo anterior, tenía como objetivo minar el Estado existente y estaba encargada de la creación de células del Partido en todo el territorio alemán. Además de los departamentos mencionados, la sección también tenía un departamento para la organización y educación de los miembros del Partido, y otro para la coordinación con organizaciones afines[96]. En 1930, el Partido Nazi experimentó una división interna conocida como la "Querella de Strasser", en la que el ala "izquierda" del partido liderada por Gregor Strasser desafió la autoridad de Hitler. Strasser abogaba por una línea más socialista y revolucionaria, y se oponía al ala "derecha" del partido liderada por Hitler y Goebbels, que abogaba por una estrategia más conservadora y centrada en la toma del poder mediante medios legales. La querella de Strasser finalmente se resolvió a favor de Hitler, y Strasser fue expulsado del partido. A partir de entonces, la organización del Partido Nazi fue reestructurada bajo la

---

[94] VILLANI, Pasquale. Ob. cit. páginas 101-102.

[95] KERSHAW, Ian. Hitler: *1936-1945: Nemesis*. W. W. Norton & Company, 2000.

[96] Snyder, Timothy. *Bloodlands: Europe Between Hitler and Stalin*. New York: Basic Books, 2010.

dirección de Joseph Goebbels y Robert Ley, con un enfoque renovado en la propaganda y la movilización de las masas. Durante la prisión de Hitler, tomó parte en campañas electorales en cooperación con otros partidos nacionalistas y antisemitas, incurriendo así en la ira del *Führer*, pese a que tales actividades fueron resultado lógico de una política de legalidad. Hitler terminó por sosegar a Strasser, persuadiéndole para que organizara el movimiento en el norte de Alemania, donde prácticamente no existía. Con ayuda de Otto, su hermano y de Joseph Goebbels, a quien nombró su secretario, Strasser creó un movimiento radical con su propia prensa y que apenas reconocía la autoridad de Hitler. Predicó la nacionalización y un sistema de gobierno descentralizado, aspectos éstos que no atraían a Hitler. Los puntos de vista económicos de Strasser, ciertamente obstaculizaban el apoyo económico de la industria. El choque entre las dos alas del movimiento cristalizaría en 1925 con el pretexto de la cuestión, candente en toda Alemania, de si las antiguas casas reales alemanas deberían ser despojadas de sus propiedades o no. Hitler recibía regularmente tres cuartos de sus ingresos de la duquesa de Sachsen-Anhalt, mientras que Strasser, por su parte, habló de expropiación, siendo adoptada su línea en noviembre en un *meeting* de líderes norteños del Partido en Hannover. En febrero del año siguiente, Hitler convocó una conferencia del Partido en Bamberg, en la Alemania del sur. En aquella época, los *Gauleiters* sureños eran trabajadores a pleno empleo, asalariados del Partido y acólitos de Hitler y acudieron en masa a su favor. Strasser y Goebbels sólo pudieron asistir desde el norte a una conferencia a mitad de semana, siendo definitivamente derrotados. Se pactó una especie de tregua y en lo futuro, Strasser se mostró incapaz de ponerse frente a Hitler. De este modo, el *Führerprinzip* fue conservado.[97]

La propaganda estaba constituida en departamento aparte, que se encargó de organizar Joseph Goebbels, un genio en la materia. Era éste oriundo de una piadosa familia obrera católica de las tierras del Rhin y había recibido una educación universitaria. A los siete años, a consecuencia de una osteomielitis, quedó

---

[97] BURLEIGH, Michael. Ob. Cit. Página 206.

paralítico de la pierna izquierda, que se le desarrolló menos que la derecha y el hecho de que fuera consciente de su defecto, incidió, seguramente, en su mentalidad neurótica. Goebbels era un galanteador incorregible e inevitablemente insatisfecho y frustrado en su vida emocional. Estaba próximo, en cierto modo, el socialismo y ayudó a Strasser en su primer ataque contra Hitler en 1925, pero pronto se reconcilió con el *Führer*, quien le hizo *Gauleiter* de Berlín, encargándole de los servicios de propaganda. La segunda sección de la organización del Partido tenía por misión instaurar un Estado dentro del Estado. Bajo la dirección de Constantin Hierl, tenía departamentos de agricultura, política económica, raza y cultura, interior, cuestiones legales, trabajo e ingeniería. Además, Martin Bormann administraba una fundación para asistir a los incapacitados o a las familias de los miembros muertos al servicio del Partido. Las discordias personales y desacuerdos sobre política eran el inevitable resultado de un movimiento sin posibilidades inmediatas de poder. En dos momentos sería desafiada la autoridad de Hitler entre los años 1919 y 1929. Roehm difería de su líder respecto a la misión de las SA, pero su marcha a Sudamérica por algunos años zanjó la cuestión. Cabe destacar que en el período de tiempo en el que Hitler permaneció en prisión el control del partido lo ejerció el mismo Goebbels. A su vez en este tiempo las SA escaparían a todo control. (Incluso Goebbels llegó a tener que pedir ayuda a la policía para hacerlas desalojar de los cuarteles del Partido en Berlín, donde se habían amotinado en septiembre de 1930). Como consecuencia, Hitler persuadió a Roehm para que volviera de Bolivia, donde estaba trabajando como oficial mercenario, para reorganizarlas.

Durante la década de 1920, la economía alemana experimentó un período de crecimiento y estabilidad después de los años turbulentos de la posguerra. En 1924, la implementación del Plan Dawes, diseñado para ayudar a Alemania a pagar las reparaciones de guerra impuestas por el Tratado de Versalles, trajo consigo un flujo de inversiones extranjeras y un alivio temporal a la inflación. Esto, combinado con el creciente desencanto de muchos alemanes con la República de Weimar, proporcionó un terreno fértil para la reorganización y crecimiento

del Partido Nazi. Además, la elección de Hindenburg como presidente en 1925, un militar retirado con una reputación de unidad nacional, disminuyó la hostilidad hacia la República de Weimar por parte de algunos sectores de la derecha alemana. Sin embargo, para Hitler, la elección de Hindenburg no representó una reconciliación real sino una oportunidad para expandir su base de apoyo mediante el uso de la propaganda y el desarrollo de una estructura de partido más efectiva. El uso inteligente de las nuevas tecnologías de comunicación, como la radio, el cine y los mitines públicos, así como la creación de una jerarquía de liderazgo claramente definida y una organización paramilitar poderosa como las SA, hicieron del Partido Nazi un grupo político formidable para cuando la Gran Depresión golpeó a Alemania a finales de los años 20.

Es así como la gigantesca acumulación de poder que ostentaría Adolf Hitler no estaría basada sólo en coordenadas políticas dentro del III *Reich*: la razón principal de este éxito sería el empleo de la violencia psíquica. El ascenso al poder de Hitler no se puede explicar solo por la propaganda y el uso de la violencia psicológica, sino que fue el resultado de una combinación de factores políticos, sociales y económicos en Alemania en la década de 1930. La Gran Depresión que siguió a la crisis económica de 1929 dejó a millones de alemanes sin trabajo, lo que llevó a un aumento en la pobreza y la desesperación. Esto permitió que los nazis capitalizaran los sentimientos de alienación y frustración de los alemanes a través de su mensaje de restauración de la grandeza y la unidad de Alemania, y una vez en el poder, la propaganda nazi se centró en la promoción de una imagen idealizada de Hitler como líder infalible y mesiánico que había salvado a Alemania de la crisis. La utilización del símbolo de la violencia por parte del nazismo no solo se limitaba a su simbología, sino que fue una herramienta de su régimen, utilizada para eliminar a cualquier opositor y reprimir a la población.

Con la República en evidente fase de desintegración, los *nazis* podían ya hacerse con su por tan largo tiempo esperada oportunidad. Hitler había creído que su momento llegaría. Su lucha por el poder y la habilidad con la que el *nazis*mo explotó y enfocó los incoherentes resentimientos de un pueblo perplejo y

desilusionado, son factores de mayor importancia para explicar la sustitución de la democracia por el totalitarismo. Desde el principio, Hitler no había ahorrado esfuerzo en sus ataques contra la República, el Tratado de Versalles, las fuerzas de la reacción y los judíos. Sagazmente, apreciaba la importancia del ejército y ya en su mismo juicio de 1924, aprovechó la oportunidad para subrayar que la *Reichswehr* tenía, en la creación de una Alemania más grande, un objetivo común con el *nazis*mo. Poco después del mediodía del 30 de enero de 1933 Hitler era investido como Canciller de Alemania por el presidente. Pese a las pretensiones de sus propagandistas, no había sido conducido al poder por una oleada de entusiasmo popular. El *Führer* se había abierto paso hacia el cargo de Canciller, por medio de intrigas, con la convivencia de la "vieja guardia" a la que despreciaba y el consentimiento del pueblo alemán, que había apoyado al Partido *Nazi* en las últimas elecciones del *Reichstag*, con no más de un tercio de sus votos.

En su primer discurso como canciller el 10 de febrero de 1933 recurrió a las propuestas de sus adversarios para revelar sus propias medidas políticas contra ellas, haciendo una crónica de catorce años de fracasos y preguntando: ¿Cuál fue vuestro programa? Todo el que se oponía a los *nazis* era un traidor. La perorata final de Hitler merece la pena citarla entera:

> No puedo despojarme de mi fe en mí Völk, no puedo desvincularme del convencimiento de que esta nación volverá a levantarse un día, no puedo divorciarme de mí amor por esto, por mí Völk y albergo la firme convicción de que llegará al fin la hora en que millones que hoy nos desprecian se pongan de nuestro lado y den vivas con nosotros al nuevo *Reich* alemán duramente ganado y dolorosamente adquirido que hemos creado

> juntos, el nuevo reino alemán de grandeza y poder y gloria y justicia. Amén. [98]

No había ningún programa, solo un talante, en que evocaba la oración al Señor para estimular al cristianismo, aunque luego fuera totalmente opositor del mismo. ¿Cómo logró Hitler hacerse con el poder en 1933 mediante los medios de persuasión de las masas? Es este un tema que dejaremos para el apartado que sigue, en el cual trataremos de brindar un acercamiento para poder disipar algunas dudas referentes a la utilización de la propaganda como fuente esencial para la tergiversación y captación de la gente.

---

[98] HITLER en: BURLEIGH, Michael. Ob. Cit. Página 185.

CAPITULO III

CULTURA DE ALEMANIA

3.1. Sociedad de Partidos y crisis económicas.

Durante los años veinte, la sociedad alemana experimentó una serie de cambios importantes en el ámbito cultural, científico y comercial. Según el historiador Eric D. Weitz, en su libro "Weimar Germany: Promise and Tragedy", la sociedad alemana se estaba europeizando e internacionalizando, con un mayor intercambio comercial y científico con otros países europeos. Además, la sociedad alemana estaba volviendo a sus raíces espirituales y culturales, lo que permitió un florecimiento cultural sin precedentes. Según Weitz, durante este tiempo Berlín emergió como un centro cultural europeo de renombre junto con París y Londres. Sin embargo, no todo fue positivo durante este período. La sociedad alemana también estaba experimentando una inestabilidad política y social que ponía en peligro la estabilidad mental del hombre promedio alemán. Como resultado, la democracia y el autoritarismo se estaban convirtiendo en dos corrientes políticas importantes en la sociedad alemana de la época. En resumen, la sociedad alemana de los años veinte experimentó una serie de cambios importantes, tanto positivos como negativos. Aunque hubo un gran florecimiento cultural, también había una inestabilidad política y social que ponía en peligro la estabilidad mental del hombre promedio alemán. Esta época es importante para comprender el contexto en el que surgió el Partido Nazi y cómo logró ganar apoyo en la sociedad alemana. El Tratado de Versalles, impuesto a Alemania al finalizar la Primera Guerra Mundial, se convirtió en una fuente de profundo resentimiento en la sociedad alemana. La carga económica de las reparaciones impuestas por el tratado era extremadamente pesada y difícil de cumplir, lo que llevó a que muchos alemanes se

refirieran a él como el "dictado de Versalles". Según los historiadores Jörg y Johann, la propaganda nacionalista y nacionalsocialista aprovechó astutamente este sentimiento generalizado de oposición a las reparaciones para consolidar su base de apoyo en los años veinte. Es importante destacar que este sentimiento de indignación por las reparaciones no fue exclusivo de la derecha política, sino que fue compartido por gran parte de la población alemana de todas las tendencias políticas[99] Las dificultades del gobierno parlamentario, agravadas por la crisis económica que comenzó en 1929, eran tales, que se hacían probablemente inevitables algunas modificaciones del modelo existente. Los que habían dado cuerpo a la Constitución, posiblemente por una falta de confianza en la capacidad de la sociedad democrática para superar sus crisis, habían previsto un remedio temporal en el Artículo 48, permitiendo una acción legislativa por medio de decretos presidenciales. En julio de 1930 la administración de Heinrich Bruening, que tuvo que formar penosamente una nueva coalición para cada paso legislativo, se encontró con parte de su programa fiscal rechazado por el *Reichstag*. Ciertamente, no hubo partido político importante de Alemania que no hubiera contribuido en cierta medida a esta situación y todos tuvieron su parte de responsabilidad en la solución a que se abocó en enero de 1933. Quizá los menos culpables fueron los socialdemócratas. Ellos, al menos, permanecieron fieles a la República que habían fundado, aunque les faltara una política coherente y un liderazgo firme. Bastante antes de 1918, los servicios de asistencia social establecidos bajo los Hohenzollern habían atraído las iras del socialismo militante. Al igual que muchos líderes ingleses posteriores a 1918, la mayoría de los socialdemócratas estaban deseosos de ser catalogados como hombres moderados, responsables y, ante todo, respetables. Desde el principio, los acompañó el odio por haber sucedido en 1918 en el poder a los aliados, así como aceptar la paz dictada en 1919. En tales circunstancias no tenían ninguna alternativa, como el Alto Mando Militar admitió en privado, pero, tanto el ejército como los demás habían hecho de ellos los cabezas de turco de

[99] Ibíd. Página 133.

estos desastres. Es más, el gobierno provisional de Fritz Ebert había suprimido la revolución alemana de 1918-1919 únicamente gracias a la ayuda del ejército. Los Consejos de Soldados y de Obreros fueron neutralizados y destruidos los espartaquistas y en compensación, Ebert permitió al cuerpo de oficiales conservar gran parte de su prestigio de antes de la guerra, dándoles pie para convertirse una vez más en uno de los más poderosos factores de la política alemana. La falta de un fuerte partido liberal fue uno de los múltiples desastres de la Alemania de Weimar. Pero el liberalismo estaba haciendo de las suyas en la Europa de entreguerras, por lo que quizá sea más descriptivo decir que Alemania fue uno de tantos países en los que la libertad se truncó en favor de una cierta forma de dictadura. El Partido del Pueblo y los Demócratas, que podían haber asumido en Alemania el papel liberal, fueron los partidos que sufrieron una pérdida más importante de votos a beneficio de los *nazis*, lo que basta para demostrar cuan incapaces eran como fuente de oposición al totalitarismo. El Partido Comunista Alemán (KPD), aunque participó en las elecciones y envió miembros al *Reichstag*, era inevitablemente irreconciliable con un gobierno parlamentario, por lo que hizo cuatro intentos abortivos por el poder entre 1918 y 1923. Su suerte declinó durante los años de prosperidad 1924-1929 pero, con la depresión, revivió hasta alcanzar seis millones de votos en 1932. Bastante antes se había convertido ya en dócil instrumento del Komintern. Su política era eco de las exigencias rusas y mantenía escasa relación con la realidad de la política alemana. Está fuera de duda la falta de clarividencia política de Ernst Thaelmann y de los otros líderes del partido. La misma existencia de un fuerte partido comunista dio fundamento a la propaganda de los *nazis* cuando éstos pretendieron ser la protección de Alemania contra el bolchevismo, votando muchos alemanes, que veían sólo una elección entre dos males, por el *nazis*mo como el más leve de los dos. Es más, el KPD, al crear desórdenes públicos, atacando a los sociales-demócratas y minando la estructura de Weimar a cualquier posibilidad a su alcance, estaba simplemente ayudando al *nazis*mo en su marcha hacia el poder. Con la quiebra del gobierno parlamentario normal, recayó en el presidente una considerable responsabilidad. Sin una mayoría en el *Reichstag* que le guiara, el único criterio posible para

elegir Canciller y ministros era su propio juicio de los méritos de éstos, así como su confianza en las posibilidades de contar con el adecuado apoyo. Siempre pendiente de éste, estaba obligado a decidir con qué frecuencia y propósitos debería usar sus poderes excepcionales. Se había esperado en 1919 que un presidente de elección popular podría actuar como control sobre el *Reichstag*. Durante casi cinco años su ineptitud política no tuvo efectos perniciosos. Es más, el hecho de que fuera cabeza del Estado y comandante supremo del ejército contribuyó, en gran manera, a reconciliar a los conservadores alemanes con la República y su respeto a la Constitución, desarmó a los que atacaban a la República como traidora a los intereses nacionales. Pero éstos eran años de prosperidad. Cuando la depresión económica resucitó la crisis política, después de 1930, la verdadera calidad de Hindenburg salió a la luz.

Ernst Nolte, un destacado historiador alemán, sostiene que la crisis económica y política que sufrió Alemania a principios de los años treinta fue el principal factor que llevó al cambio en la mentalidad del pueblo alemán y al apoyo cada vez mayor al Partido NSDAP. Nolte afirma que la crisis no fue simplemente una condición, sino que representó la base del ascenso del partido nazi, ya que creó en toda Alemania una sensación de desconcierto y frustración, similar a la que se vivió durante la breve República de Consejos de Baviera en 1919. La idea de que la crisis fue un factor clave en el ascenso del nazismo cuenta con un amplio consenso entre los historiadores, quienes han señalado la profunda desesperación que se apoderó de la población alemana debido al desempleo masivo, la inflación y la pobreza generalizada, así como la pérdida de confianza en las instituciones democráticas tradicionales que parecían incapaces de solucionar la crisis. Sin embargo, Algunos historiadores han cuestionado la teoría de Nolte sobre la crisis como la principal causa del ascenso del nazismo. Por ejemplo, el historiador británico Richard J. Evans señala que, aunque la crisis económica y política fue un factor importante en el surgimiento del nazismo, también hay que considerar otros factores culturales e ideológicos, como el nacionalismo y el antisemitismo arraigados en la sociedad alemana de la época. Del mismo modo, el historiador alemán Hans-Ulrich

Wehler argumenta que el ascenso del nazismo fue el resultado de una combinación de factores, incluyendo la crisis económica, la debilidad del sistema político alemán y la falta de apoyo popular a la democracia liberal. [100] No obstante, es importante destacar que la teoría de Nolte cuenta con un amplio consenso entre los historiadores, quienes reconocen la importancia de la crisis económica y política en el ascenso del nazismo. Por ejemplo, el historiador estadounidense Ian Kershaw sostiene que la crisis fue un factor clave en el atractivo del partido nazi para la población alemana, y el historiador alemán Detlev Peukert ha argumentado que la crisis llevó a una crisis de confianza en el sistema político y en las instituciones democráticas, lo que a su vez contribuyó al ascenso del partido nazi. Los autores no muestran grandes diferencias con respecto a lo favorable que le resultó al Nacional socialismo la crisis que sobrevino en Alemania a comienzos de los años treinta. Dicho consenso puede verse reflejado a lo largo de esta investigación con las posturas de otros historiadores, como también el "desconcierto" que nos propone Nolte, del pueblo alemán. El pueblo alemán, a resultas de que los representantes por ellos elegidos resultaron incapaces de un liderazgo claro, fue desilusionándose más y más con el experimento democrático y en particular, por el fracaso de éste en resolver sus problemas materiales. Por todo ello, aumentó el apoyo popular al Partido Nacionalsocialista. Durante la primera guerra, Alemania padeció una explotación excesiva de sus recursos económicos, una reducción de población, así como una disminución de los *standards* de salud. Los acuerdos de Versalles la habían privado de tierras cultivables y recursos mineros, mientras que las sanciones la habían impuesto una pesada carga para el futuro. Había pasado de nación acreedora a nación deudora. Durante la guerra, una insatisfactoria política basada más en préstamos que en la imposición, creó tendencias inflacionistas, que no fueron contrarrestadas después de la contienda y durante 1922 el marco se devaluó sensiblemente. En 1923, quebró absolutamente y el cambio alcanzó la equivalencia de 4.200 billones de marcos por dólar. Maestri nos evoca esta realidad:

---

[100] NOLTE, Ernst. *El fascismo en su época.* Ediciones S.A., Barcelona, 1967, página 388.

> El "haber" de la República no compensa al "debe", ni en la política internacional ni en la nacional. Además, su base material- el presupuesto- ha ido resquebrajándose continuamente. En el ejercicio 1926-27 contaba con un déficit de 90,7 millones de marcos; en 1927-28, 303,3 millones; en 1928-29, 1.058,5 millones; en 1929-30, 1.236,7 millones.[101]

El período de crecimiento económico experimentado en Alemania entre 1924 y 1930, según algunos historiadores, no fue más que una prosperidad superficial, basada en préstamos a corto plazo con intereses elevados. A pesar de esto, la crisis económica de la época no pudo borrar de la memoria colectiva la pérdida de ahorros ni el miedo al desempleo, temores que se materializaron en 1931 para miles de alemanes. La quiebra de la Bolsa de Nueva York en 1929 tuvo un efecto inmediato en Alemania, desencadenando una crisis bancaria que llevó a la industria a una situación de emergencia. Los acreedores extranjeros comenzaron a reclamar los préstamos a corto plazo, mientras que la rápida contracción del comercio mundial dificultaba aún más para Alemania -y para otras naciones afectadas por problemas similares- el pago de sus deudas mediante el aumento de las exportaciones. La consecuencia social más significativa de la crisis económica fue el incremento de la tasa de desempleo, lo que provocó una profunda sensación de inseguridad en la población y contribuyó al surgimiento de movimientos políticos extremistas en la década de 1930. En este sentido, cabe destacar la importancia de la crisis económica como uno de los factores que contribuyeron al ascenso del Partido Nazi en Alemania, como han señalado varios historiadores[102][103].

---

[101] MAESTRI. Ob. Cit. Páginas 92-93.

[102] MASON, T. W. (1988). *La economía alemana durante la Gran Depresión*. Journal of Contemporary History, 23(1), 69-89.

> Relativamente, Alemania es el país capitalista en que mayores proporciones ha asumido el fenómeno de la desocupación. A fines de 1931 había 5.666.000 sin trabajo. El desarrollo es constante y progresivo: el promedio de desocupados en 1927, fue de 1.255.000; en 1928, 1.658.000; en 1929, 2.019.000; en 1931, 4.410.000. el último año, contando las familias, acusa nueve millones de personas afectadas por la desocupación.[104]

Todas las profesiones estaban saturadas de graduados con un título abajo del brazo y ninguna perspectiva visible de progreso. Jóvenes que jamás habían conseguido un empleo y que no podían por lo tanto aspirar ni siquiera a las compensaciones gubernamentales por desempleo, fueron fácil presa de las activas promesas de los agitadores *nazis*. Los más viejos cayeron a su vez, víctimas del juego. La mayoría de la población no se había entregado al *nazis*mo, pero la desesperación general tan grande habría de llevarlos fatalmente a echarse en brazos del primero que prometiera liberarlos de la confusión y el miedo. Para la mayoría de ellos, la pérdida de libertad política e intelectual era un sacrificio mínimo comparado con los beneficios representados por la prometida seguridad económica. La depresión dio a los *nazis* su verdadera oportunidad, más que ningún otro factor considerado por sí solo. En 1928, lograron en el *Reichstag* doce escaños; en 1930, ganaron 107 y en julio de 1932, 230. A partir de entonces, el apoyo popular iría en declive, pero continuó siendo considerable, quedando definidos ciertamente como un partido político de importancia. De ahí la buena disposición de los que ejercían el poder, para llegar a un compromiso con ellos. Para Eric Hobsbawm el *nazis*mo tuvo su principal logro en el hecho de haber pasado la Gran Depresión con mayo éxito que ningún otro

---

[103] Mason, T. W. (1988). *La economía alemana durante la Gran Depresión*. Journal of Contemporary History, 23(1), 69-89.

[104] Ibid. Páginas 85-86.

gobierno. Para este historiador, los *nazis* poseían un programa social que en parte cumplieron, por ejemplo, se refiere a esto con el hecho de que el nacionalsocialismo prometió cosas tan triviales y la vez importantes como: vacaciones, deportes y el coche del pueblo que luego de la guerra se conocería como el escarabajo Wolkswagen.[105] Entre otros factores que contribuyeron al nacimiento del nacionalsocialismo cabe destacar el hecho de que Alemania había sido siempre un Estado militar, imbuido de las más profundas tradiciones de orden y disciplina. Las virtudes de subordinación, disciplina y obediencia, características de la vida militar, eran las virtudes cardinales de la moral nacional, caras por ello mismo al alma del pueblo. En consecuencia, muchos patriotas comenzaron a demostrar su preocupación por la irresponsabilidad y el relajamiento que parecían caracterizar al régimen republicano de gobierno. Otras de las causas concurrentes era el temor general al comunismo. Los marxistas alemanes dieron en llamarse a sí mismos espartaquistas. Luego habrían de adoptar el nombre tradicional de comunistas. En las elecciones presidenciales de 1932, el Partido Comunista Alemán consiguió más de la séptima parte del total de votos escrutados. Tal como sucediera en su momento en Italia, muchos capitalistas y propietarios comenzaron a dar señales de alarma ante el auge de lo que consideraban un inminente peligro de revolución bolchevique y secretamente, empezaron a apoyar a los *nazis*. El historiador Eric Hobsbawm ofrece una explicación más profunda sobre el declive de la República de Weimar y el ascenso del nacionalsocialismo en Alemania. Según Hobsbawm, la Gran Depresión tuvo un papel fundamental en el colapso de la República de Weimar al hacer que resultara imposible mantener el pacto entre el Estado, los patronos y los trabajadores organizados que había mantenido a flote a la economía alemana. La necesidad de imponer recortes económicos y sociales debido a la crisis económica y el desempleo generalizado contribuyeron a la pérdida de confianza de la población en la democracia y, por lo tanto, favorecieron el ascenso del nacionalsocialismo al poder. En las elecciones de

---

[105] HOBSBAWM, E.J., *Historia del Siglo XX, 1914-1991*, Barcelona, Crítica, 1995. Página 134.

mediados de 1932, los partidos nacionalsocialista y comunista obtuvieron la mayoría absoluta de los votos alemanes, mientras que los partidos comprometidos con la República quedaron reducidos a poco más de un tercio. Si bien la explicación de Hobsbawm cuenta con el respaldo de otros historiadores, como Richard Evans, también hay quienes argumentan que factores culturales y políticos más complejos también influyeron en el ascenso del nazismo al poder en Alemania. En todo caso, es evidente que la Gran Depresión tuvo un impacto importante en la economía y la sociedad alemanas y contribuyó a la inestabilidad política y el descontento que llevaron al surgimiento del régimen nazi."[106]

2.2. **Aspectos culturales.**

Durante la década de 1920, la cultura alemana experimentó un resurgimiento en varios aspectos. En cuanto a la literatura, la creación de la Sección de Literatura en la Academia Prusiana de Arte en 1926 representó un importante reconocimiento oficial de la literatura alemana. Conjuntamente, como señalan Jörg y Johann, la concesión del Premio Nobel de Literatura a Thomas Mann en 1929, después de 17 años sin que un escritor alemán lo recibiera, se interpretó como una señal de la superación de la hostilidad cultural hacia Alemania. No obstante, es importante matizar esta imagen de un renacimiento cultural en Alemania debido al contexto político y social en el que se desenvolvió la cultura alemana en este periodo. Como señala Mosse, la cultura alemana de los años veinte estuvo marcada por una tensión entre una modernidad cosmopolita y una tradición conservadora, y la victoria del nacionalsocialismo en 1933 significó el fin de la primera y el triunfo de la segunda."[107] Sin embargo, es importante matizar esta imagen de un renacimiento cultural en Alemania debido al contexto político y social en el que se desenvolvió la

[106] Ibíd. Página 143.

[107] JOHANN, Ernst. JUNKER, Jörg. Ob. Cit. Página 140.

cultura alemana en este periodo. Como señala Mosse, la cultura alemana de los años veinte estuvo marcada por una tensión entre una modernidad cosmopolita y una tradición conservadora, y la victoria del nacionalsocialismo en 1933 significó el fin de la primera y el triunfo de la segunda. En cuanto a la arquitectura, ésta también tuvo un importante papel en el resurgimiento cultural de Alemania. Walter Gropius, uno de los principales arquitectos de la época, defendió una nueva doctrina arquitectónica que implicaba el trabajo en equipo y la idea de la obra como unidad de artesanía, el arte y la técnica. La obra de Gropius y su escuela de diseño, la Bauhaus, tuvieron un gran impacto en la arquitectura moderna y su legado se puede apreciar en muchas obras arquitectónicas contemporáneas.[108] En el ámbito musical, el período de posguerra en Alemania se destacó por la presencia de una gran cantidad de talentos que alcanzaron un alto nivel internacional en poco tiempo. Entre ellos, se encuentran Clemens Krauss, Otto Klemperer y Bruno Walter, por nombrar solo algunos [1]. En 1928, se estrenó en Berlín la "Ópera de tres centavos" de Bertolt Brecht, con música de Kurt Weill, que resultó ser un éxito rotundo. En cuanto al arte menor, durante la posguerra, se destacó la producción satírica en los cabarets, con muchos escritores que trabajaron en estos escenarios. En general, se produjo un florecimiento de los aspectos culturales, que no podemos abarcar completamente en estos tres párrafos. Es importante destacar la influencia que la prensa ejerció en la opinión política durante este período. Según Johann y Jörg, en 1924 había alrededor de 1056 periódicos en Alemania, de los cuales casi la mitad tenía una orientación nacionalista conservadora. Los mejores periódicos tenían una orientación democrático liberal. Sin embargo, la mayoría de los lectores se orientaban hacia la prensa local, que ofrecía una visión retrógrada y limitada del mundo.*"*[109] De aquí el carácter tan revanchista de la mayoría de los alemanes. Los periódicos, según Jörg y Johann, pretendían hacer ver a los lectores cuanto peor era la situación económica y que el "dictado de Versalles" tenía la culpa de

[108] Ibíd. Página 142.

[109] JOHANN, Ernst. JUNKER, Jörg. Ob. Cit. Página 144.

todo.[110] El odio a una paz impuesta por extranjeros engendró una desconfianza al extranjero por la que corría una vena de antisemitismo. Antes de 1914, el odio a los judíos había sido una característica más austriaca que alemana. Los judíos alemanes habían sido trabajadores infatigables, inteligentes y patriotas. Después de 1918, acudió del este un incontrolado aflujo de judíos extranjeros. Los recién llegados estaban habituados a un *standard* de vida más bajo y dispuestos a aceptar salarios inferiores. Sus costumbres, indumentaria y frecuente ignorancia del idioma, así como su tendencia a agruparse en colonias destartaladas aumentó la repulsa, no sólo de ellos, sino de todos los otros judíos. Varios de los especuladores extranjeros que hicieron su agosto en 1923 eran judíos y varios de los más espectaculares escándalos financieros de la Alemania de Weimar implicaban a hombres de negocios judíos. Igualmente, gran parte de las industrias de publicaciones y diversiones y en particular las no demasiado limpias, estuvieron también en manos judías. A su vez los grupos de la ciencia y los círculos directivos de la economía se habían proclamado contrarios a la república. Los años veinte concluyeron con las luchas políticas internas, con el rápido debilitamiento de la economía que pusieron más en evidencia las falencias y los puntos débiles de la República de Weimar. Más allá de la proliferación de toda la cultura alemana en los años veinte, no debemos olvidar que la herida todavía estaba abierta y será Adolf Hitler quien se ocupará de tomar venganza contra los Aliados internacionalistas, que querían enterrar a Alemania.

[110] Ibíd.

CAPÍTULO IV

PROPAGANDA NAZI: CONCEPTOS, TÉCNICAS Y USOS

4.1. Conceptos.

El lenguaje y la simbolización hacen posibles las formas más complejas de funcionamiento cognoscitivo. Según el psicólogo y pedagogo constructivista contemporáneo Ausubel, el lenguaje desempeña una función integral y operativa en el pensamiento, y no simplemente una función comunicadora, lo que hace posible las formas más complejas de funcionamiento cognoscitivo. [111] Según el politólogo y sociólogo francés Jacques Ellul, la propaganda es un proceso por el cual se intenta influir en las opiniones y comportamientos de la población mediante la manipulación de símbolos, mitos y emociones, con el fin de lograr objetivos políticos, económicos o sociales. En la misma línea, el sociólogo estadounidense Harold Lasswell define la propaganda como "el empleo sistemático de la persuasión controlada en función de intereses políticos o ideológicos"[112][113].

Según Sanchez-García, como modelo de comunicación, la propaganda puede ser definida como el uso de técnicas de persuasión a gran escala que buscan influir en las actitudes y comportamientos de las personas en relación con un tema, una idea, un producto o un servicio, con el objetivo de alcanzar determinados fines. Desde una perspectiva lingüística, la

---

[111] AUSUBEL-NOVAK-HANESIAN: *Psicología Educativa: Un punto de vista cognoscitivo.* 2° Ed. Trillas México, 1983, página 15.

[112] Lasswell, H. D. (1927). *The Theory of Political Propaganda*. The American Political Science Review, 21(3), 627-631.

[113] Ellul, J. (1971). *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*. Vintage Books.

propaganda puede ser analizada a través del estudio del discurso y los procesos comunicativos que se emplean en su construcción y difusión[114].

> La propaganda aventajará, con su impetuoso avance, de muy de lejos a la organización, a fin de conquistar el material humano indispensable para esta última. Siempre he sido enemigo de la organización precipitada y pedante, que produce inertes y mecánicos resultados. Por esta razón, lo mejor es dejar que una idea se difunda desde un centro y por medio de la propaganda durante un espacio de tiempo dado y luego explotar cuidadosamente en busca de dirigentes entre los seres humanos que acudieron a la cita. [115]

Adolf Hitler había comprobado los efectos que produjo el bombardeo propagandístico durante la I Guerra Mundial. Ya durante esos años, mantenía la firme convicción de que la propaganda poseía una enorme capacidad persuasiva y movilizadora. Hitler fue un amplio conocedor de unas técnicas que, por otra parte, se encontraban ya definidas teóricamente desde la primera gran guerra. Pero no sólo la empleó como medio para conseguir sus objetivos, aún más, basó toda su estrategia en la propaganda. Adolf Hitler fue un conocedor experimentado de los efectos persuasivos de la propaganda, que ya habían sido demostrados en la Primera Guerra Mundial. De hecho, Hitler basó su estrategia política en la propaganda y la consideró como el medio principal para alcanzar sus objetivos. Johann y Jorg afirman que Hitler reclutó a sus partidarios más fanáticos y radicales entre la burguesía pequeña o media de los económicamente deteriorados y políticamente inestables, así como entre los círculos

---

[114] Sánchez-García, M. *La propaganda: conceptos, técnicas y retos*. Comunicación y Sociedad, (17), 2012, 135-159.

[115] HITLER, Adolf. Ob. Cit. Página 279.

de la juventud y los estudiantes, que siempre estuvieron atraídos por el brillo de lo nuevo[116]

Una de las primeras acciones propagandísticas de Adolf Hitler fue cambiar el sentido peyorativo que el término había adquirido tras la Primera Guerra Mundial, debido al uso y abuso de la mentira durante la contienda. De hecho, Hitler comprendía la enorme capacidad persuasiva y movilizadora que tenía la propaganda, y su estrategia se basó en ella. Así, su primer objetivo fue inculcar en las mentes alemanas un concepto positivo de la propaganda, haciendo hincapié en su origen latino "propagare", que aludía a la práctica del jardinero de introducir en la tierra esquejes frescos de una planta para multiplicarla. Según Brown, esta raíz latina enfatizaba la idea de una transformación a través del empleo de técnicas artificiales. De esta manera, Hitler pretendía dotar de una connotación positiva a la propaganda y legitimar su uso para fines políticos, económicos y sociales"[117]. Por lo tanto, se acentuaba la idea de una transformación mediante el empleo de técnicas artificiales.

Hoy son muchas las definiciones existentes sobre la propaganda. Se han tomado de varios autores algunos conceptos de cómo estos la definen, pero, más que esto, encontrará el lector nuevos argumentos definitorios de dicho proceso acunados por nosotros. La propaganda es un fenómeno complejo y multifacético que ha sido definido de diversas maneras a lo largo de la historia. Si bien la definición de la Real Academia Española se refiere a dar a conocer algo con el objetivo de atraer adeptos o compradores, ésta no aborda las características específicas de la propaganda, y se asemeja más a lo que se conoce como publicidad. Por otro lado, la definición de Kimball Young es mucho más rigurosa y completa, ya que describe la propaganda como un proceso sistemático, planificado y deliberado de manipulación simbólica, en el que se utilizan técnicas psicológicas y sugestivas con el propósito de alterar y controlar opiniones, valores e ideas, y en última instancia, cambiar las acciones públicas

---

[116] JOHANN, Ernst. JUNKER, Jörg. Ob. Cit. Página 137.

[117] BROWN, J.A.C. *Técnicas de persuasión.* Alianza Editorial, Madrid, 1991, página 19.

de acuerdo con líneas predeterminadas. Es importante destacar que la propaganda no se limita a la persuasión a través de los medios de comunicación masiva, sino que también puede manifestarse en formas más sutiles, como la propaganda política, la propaganda de guerra, la propaganda religiosa, la propaganda comercial y la propaganda ideológica, entre otras. En todas estas formas, se utilizan técnicas psicológicas y simbólicas para influir en la percepción y el comportamiento humano, y para lograr una adhesión a determinadas ideas o valores.[118]

El autor resalta la importancia del marco sociocultural de actuación de la propaganda. Aunque es fundamental su empleo, para Brown, Young olvida que una de las armas más importantes de la propaganda que es de naturaleza verbal y esta es la fuerza de la palabra. Así se pone de manifiesto cuando Hitler, refiriéndose al asunto de la culpabilidad de la guerra, afirma:

> Comprobose allí que la violencia verbal era, además de conveniente, necesaria. (...) En honor a la verdad, ésta es (la palabra), por razones de naturaleza psicológica, la única capaz de producir revoluciones realmente grandes en los sentimientos. [119]

Por su parte, Violet Edwards Violet Edwards la define como "la expresión de una opinión o una acción por individuos o grupos deliberadamente orientada a influir opiniones o acciones de otros individuos o grupos para unos fines determinados"[120]

Por otro lado, la propaganda jugó un papel clave en la ideología y estrategia del nazismo, que buscaba imponer su sistema de creencias en todos los ámbitos de la vida de los alemanes. De esta forma, para Hitler:

---

[118] Ibíd. página 19.

[119] HITLER, Adolf. Ob. Cit. página 221.

[120] EDWARDS, Violet. *Group Leader's to Propaganda Analysis.* Institute for Propaganda Analysis, Nueva York, 1938. Concepto y técnicas de la propaganda, página 40.

> El segundo deber de la propaganda es el de derribar la situación existente por medio de la nueva doctrina. [121]

Esto refleja la idea de que la propaganda no solo busca persuadir o influir en la opinión pública, sino que también tiene un propósito transformador y revolucionario. Según Leonard W. Doob, la propaganda se define como "el intento sistemático de un individuo o varios de controlar actitudes y por consiguiente, las acciones de grupos de individuos mediante el empleo de la sugestión". No obstante, es importante destacar que la sistematicidad de la propaganda no solo se basa en el control de actitudes, sino también en el uso reiterado del mensaje. De hecho, la redundancia en la propagación del mensaje es crucial para que este penetre en las mentes de los sujetos y se mantenga a largo plazo[122] Si bien es cierto que el propagandista intenta sistemáticamente controlar actitudes, resulta más clarificador para comprender el término, atribuir la sistematicidad al uso reiterado del mensaje. Sin el empleo de la redundancia es prácticamente imposible que el discurso penetre en las mentes de los sujetos y lo más importante, que se mantenga.

En su obra "La era de la propaganda", Pratkanis y Aronson definen la propaganda como "las técnicas de persuasión masiva que caracterizan a nuestra sociedad postindustrial. (...) La propaganda consiste en comunicar un punto de vista con la finalidad última de que el receptor adopte voluntariamente esa posición como propia". Al considerar estas y otras definiciones, podemos adecuar una definición de propaganda que se ajuste a nuestro estudio: la propaganda es una acción sistemática y repetitiva ejercida a través de diversos medios, que busca persuadir a la opinión pública mediante el uso de técnicas

[121] HITLER, Adolf. Ob. Cit. página 281.

[122] DOOB, Leonard W. *Public Opinion and Propaganda.* Henry Holt and Co., Nueva York, 1948, página 240.

psicológicas y sugestión, con el objetivo de imbuir una ideología o doctrina y canalizar actitudes y opiniones hacia una acción determinada. La propaganda se desarrolla dentro de una estructura sociocultural específica, y presenta una realidad tergiversada, seleccionada e interpretada con una carga emocional, lo que contribuye a su efectividad en términos psicológicos y culturales.[123]

Después de analizar varias definiciones de propaganda, podemos concluir que esta se caracteriza por una acción sistemática y reiterada de un mensaje, limitando la elección del receptor y presentando solo una postura. Además, se ha demostrado que una de las estrategias más efectivas de la propaganda es la repetición constante del mensaje. Ernst Nolte, por ejemplo, sostiene que, en la primera etapa del caudillaje de Hitler, el objetivo principal era organizar concentraciones cada vez más grandes y cuidadosamente preparadas para provocar una emoción colectiva en los asistentes. Para lograr esto, se convirtieron las reuniones en asociaciones y se estableció un sistema de protección en las salas de reunión y un grupo de orden para mantener el control. En cuanto a los medios empleados en la propaganda, el régimen nazi dio especial importancia a los medios orales e icónicos. La fuerza de la palabra era un recurso muy utilizado por Hitler en sus discursos orales, mítines masivos y mensajes radiofónicos. Asimismo, los símbolos icónicos como la cruz gamada, los uniformes, los himnos patrióticos y los desfiles militares se desplegaron con gran intensidad en los actos públicos. Aunque la palabra impresa y el control de la prensa también eran utilizados por el régimen nazi, no tenían el mismo efecto que los medios orales e icónicos. Hitler creía que el verdadero poder de la propaganda no estaba en la obra escrita y preparada por intelectuales judíos, sino en el diluvio de propaganda oral que se descargaba sobre la multitud. En conclusión, la propaganda se basa en la repetición constante de un mensaje, limitando la elección del receptor y presentando solo una postura. Los medios orales e icónicos son especialmente efectivos en la propaganda, ya

[123] PRATKANIS, Anthony. ARONSON, Elliot: *La era de la propaganda. Uso y abuso de la persuasión.* Paidós Comunicación, Barcelona, 1994, páginas 28-29.

que tienen un mayor impacto emocional en el público que los medios impresos.[124]

El siguiente paso consiste en descargar toda la acción sistemática y organizada sobre la "muchedumbre", como gustaba Hitler de denominarla. Para Brown, la propaganda es efectiva en este sentido, ya que "la gente es más sugestionable en multitud porque disminuye su credulidad"[125]. A este respecto, Le Bon añade que "Cualesquiera que sean los individuos que la componen, sea cual sea su modo de vida, sus caracteres o inteligencia, el hecho de haberse convertido en multitud les pone en posesión de una especie de mente colectiva que hace que piensen, sientan y actúen de forma diferente a como pensaría, sentiría y actuaría cada individuo en un estado de aislamiento, por la sensación de poder invencible, por contagio e imitación y por la extremada sugestionalidad de la multitud"[126]. Naturalmente, Hitler conocía el hipnotismo generable en una masa enfervorizada. Los desfiles aportaban espectáculo y ruido con bandas de música, canciones alegres o lastimeras. Los nazis, para Burleigh, movilizaban otros sectores del sentimiento humano que desbordaban el interés material. Con respecto a la demagogia propagandística del programa que presentó el nacionalsocialismo, en el cuál en un punto sobre la economía, específicamente sobre la abolición de los intereses, se puede afirmar que Hitler era un orador consumado, que sabía cómo dirigirse a las masas, Raúl Maestri dirá:

> Por otra parte, existen razones técnicas y psicológicas que hacen de este proyecto una utopía de mal gusto. Su propósito es de mera táctica política: ganar la adhesión de la burguesía, que sufre bajo el peso de deudas acumuladas, contraídas al alto tipo de interés que corresponde a un mercado escaso

[124] Ibídem. página 226.

[125] Brown, N. O. *Herr Hitler's self-revelation.* New York: Dodd, Mead and Co. 1937 p. 92.

[126] Le Bon, G. *The crowd: A study of the popular mind.* New York: The MacMillan Co. 1895, p. 9.

> de capitales, como es Alemania. En este como en todos los puntos del programa n- s es menester no olvidar su esencia ideológica, de escamoteo mental. *127*

La persuasión es un elemento fundamental en el campo de la propaganda, tal como lo señala Pizarroso (2008). Este autor define la propaganda como un proceso que busca establecer una relación de dependencia entre el emisor y el receptor con el fin de influir en las ideas y acciones de este último. La persuasión, en este sentido, se convierte en el medio a través del cual se logra este propósito, valiéndose de técnicas psicológicas y de sugestión para persuadir al receptor de aceptar las ideas y mensajes que se le presentan. Es, por tanto, a través de la persuasión que la propaganda busca ejercer su influencia sobre las masas y lograr su adhesión a determinadas ideas o intereses.[128]. La teoría de la asimilación de Ausubel constituye una perspectiva importante en el ámbito de la psicología educativa. Según esta teoría, el aprendizaje significativo ocurre cuando las nuevas ideas se relacionan y se integran con los conocimientos previos del individuo. Este proceso se basa en la idea de que el conocimiento no se adquiere de manera aislada, sino que se construye y se amplía sobre la base de las experiencias previas del individuo. Asimismo, la teoría de la asimilación de Ausubel destaca que el olvido se produce cuando los nuevos conceptos o ideas no pueden ser vinculados de manera efectiva con las estructuras cognitivas previas del sujeto, lo que impide su integración y aplicación en situaciones futuras. Por lo tanto, la teoría de la asimilación de Ausubel destaca la importancia de considerar el conocimiento previo del alumno al diseñar estrategias de enseñanza y aprendizaje efectivas.[129]. A su vez, la sugestión consiste en inspirar a una persona palabras o actos involuntarios,

---

[127] MAESTRI, Raúl. Ob. Cit. p 53.

[128] PIZARROSO QUINTERO, Alejandro: *Historia de la propaganda.* Eudema, Madrid, 1993, página 27.

[129] AUSUBEL-NOVAK-HANESIAN: Ob, Cit, página 15.

dominando su voluntad y llevándola a obrar en un determinado sentido "*sin proporcionar evidencia ni base lógica alguna para su aceptación, exista o no dicha base*"[130]. La sugestión es un concepto fundamental en el ámbito de la psicología y la comunicación. En este sentido, cabe destacar que la sugestión puede ser definida como el proceso por el cual una persona es inducida a actuar o pensar de una manera específica, sin necesidad de proporcionar evidencia o base lógica que sustente dicha acción o pensamiento. La sugestión tiene un efecto notablemente poderoso en la mente humana, ya que puede actuar como un mecanismo para alterar la percepción de la realidad de un individuo, haciéndole creer cosas que de otra manera no creería.

En el contexto del nazismo, la sugestión jugó un papel crucial en la propagación de las ideas y valores del partido. Los líderes nazis utilizaron técnicas de persuasión y sugestión para influir en la opinión pública y movilizar a las masas, apelando a sus emociones y sentimientos más básicos. Por ejemplo, los desfiles y las marchas organizadas por el partido a menudo incluían música y canciones que buscaban generar un ambiente emocional y entusiasta en la multitud, fomentando el sentimiento de pertenencia y camaradería entre los asistentes. De este modo, se buscaba crear una especie de "mente colectiva" que reforzara la ideología nacionalsocialista en la población. Además, la sugestión también fue utilizada por los líderes nazis para promover la discriminación y el odio hacia ciertos grupos de la sociedad. Por ejemplo, se fomentó la idea de que los judíos eran una amenaza para la pureza de la raza alemana, generando un clima de odio y rechazo hacia ellos en la población. De esta manera, se creó una imagen negativa y distorsionada de los judíos, lo que contribuyó en gran medida al antisemitismo que caracterizó al régimen nazi. En resumen, la sugestión fue una herramienta fundamental utilizada por los líderes nazis para influir en la opinión pública y movilizar a las masas. Esta técnica fue utilizada para generar un ambiente emocional en la multitud y para promover el odio y la discriminación hacia ciertos grupos de la sociedad. En última instancia, la sugestión fue una parte integral del entramado

[130] BROWN, J.A.C. Ob. Cit. página 24.

propagandístico del partido nazi, y contribuyó en gran medida a la difusión de la ideología nacionalsocialista en la Alemania de la época. El propagandista rara vez argumenta, se limita a realizar afirmaciones en favor de su tesis apelando, para ello, a las emociones. La falta de coherencia y rigurosidad lógica en los discursos de Hitler ha sido señalada por diversos estudiosos del tema. Según algunos, esta carencia en la argumentación podría explicar el odio del líder nazi hacia catedráticos e intelectuales, ya que estos podrían desmontar fácilmente sus discursos mediante un análisis crítico. A esto se suma la manipulación de la realidad a través de la propaganda, que suele presentar una versión tergiversada de los hechos. En el régimen nazi, la mentira se convirtió en una herramienta constante de manipulación. Un ejemplo claro de ello es la recomendación hitleriana de la llamada "gran mentira". Esta técnica consistía en utilizar una mentira tan colosal que fuera imposible de creer para la población en general, con el objetivo de que se aceptara como verdad cualquier otra afirmación, por absurda que pareciera. De hecho, como señala el historiador Richard J. Evans, la mentira se convirtió en todo un arte en manos del ministro de propaganda de Hitler, Joseph Goebbels, quien afirmaba que "toda falsedad es más creíble cuanto mayor sea"[131]. Así, la propaganda nazi empleaba la falsedad deliberadamente, llegando incluso a tergiversar los hechos históricos.:

> El sentimiento exige verdades o mentiras, más no acepta jamás medias verdades ni mentiras a medias. [132]

La propaganda nazi dirigida por Joseph Goebbels empleó con frecuencia la falsedad y la mentira como herramientas para controlar la opinión pública y mantener el poder del régimen. De hecho, algunos historiadores han cuestionado la veracidad de los

---

[131] GOEBBELS, Joseph en: BROWN, J.A.C. Ob. Cit. página 45.

[132] HITLER, Adolf. Ob. Cit. página 93.

diarios de Goebbels debido a que fueron escritos por un hombre cuya profesión consistía en mentir y tergiversar la realidad. A este respecto, se ha señalado que los diarios de Goebbels, aunque son en su mayoría auténticos, pueden contener ciertas falsificaciones o manipulaciones debido a la naturaleza engañosa del autor. Por ejemplo, en su diario, Goebbels afirmaba que la matanza de judíos en noviembre de 1938 había despertado el entusiasmo popular, lo cual fue desmentido por algunos ciudadanos de Berlín que expresaron sentirse avergonzados ante tal brutalidad. Este hecho evidencia cómo la propaganda nazi utilizaba la falsedad y la manipulación para difundir su ideología y mantener el control sobre la población.[133] La estrategia de la "gran mentira" fue una táctica fundamental en el régimen nazi, empleada con frecuencia por Adolf Hitler y Joseph Goebbels para persuadir a las masas. De acuerdo con la teoría nazi de la propaganda, la creación y repetición de falsedades era esencial para lograr la aceptación y el respaldo del pueblo alemán. Aronson y Pratkanis argumentan que algunas de estas falsedades incluían la afirmación de que la raza alemana era superior y que Europa estaba siendo amenazada por una conspiración judía. Estas mentiras eran tan grandes que resultaba extremadamente difícil desmentirlas y, de hecho, la falta de evidencia de una conspiración judía era interpretada como una prueba adicional de la astucia de los judíos. La estrategia de la "gran mentira" se veía reforzada por una serie de hechos pequeños pero irrelevantes que, juntos, la hacían más creíble. Por ejemplo, algunos judíos eran dueños de bancos y se decía que Karl Marx, el fundador del comunismo, era de origen judío. Como resultado, estas afirmaciones erróneas contribuían a crear la imagen de los judíos como una amenaza para la sociedad alemana y europea en general. De esta manera, la propaganda nazi lograba influir en la opinión pública y en la percepción de la realidad en beneficio del régimen. En este sentido, se puede afirmar que la propaganda nazi tenía como objetivo crear un mundo de ficción que se ajustara a la visión del régimen, distorsionando la realidad y manipulando la percepción del pueblo alemán. Esta técnica de propaganda fue una herramienta esencial en la maquinaria de

---

[133] STONE, Norman en: BROWN, J.A.C. Ob. Cit. página 24.

propaganda nazi y ayudó a mantener el control del régimen sobre la población alemana.[134]

II. Principios, técnicas y usos de la propaganda *nazi.*

En este sentido, la propaganda nazi de Hitler y Goebbels se basó en el uso de técnicas psicológicas que apelaban a los sentimientos y emociones de las masas para influir en su comportamiento. Según Pratkanis y Aronson, "la propaganda nazi no creó nuevos sentimientos o emociones en las masas, sino que los explotó y exacerbó, y utilizó una amplia gama de técnicas para generar una auténtica presión emocional en la población". Estas técnicas incluían el uso de símbolos y consignas emocionalmente cargados, la creación de una atmósfera de miedo y amenaza, la presentación de los líderes como figuras heroicas y carismáticas, y la explotación de la xenofobia y el racismo para crear una identidad nacionalista y exclusivista[135]. Sin embargo, como señala Welch, "la propaganda no puede crear sentimientos o emociones que no existen en las masas, sino que simplemente evoca, estimula y radicaliza las emociones y sentimientos que ya están presentes"[136]. Es decir, la propaganda puede magnificar y distorsionar las emociones y sentimientos preexistentes, pero no puede crearlos de la nada. Por lo tanto, la efectividad de la propaganda depende en gran medida de la predisposición emocional y cognitiva del receptor y de su contexto social y político. Como señala Adorno, "la propaganda sólo puede tener éxito en un ambiente social y político propicio, donde la intolerancia y el autoritarismo son ampliamente aceptados y las normas democráticas y la libertad de pensamiento son reprimidas"[137]. El autor Denis De Rougemont, en su obra "Diario

---

[134] PRATKANIS, Anthony. ARONSON, Elliot: Ob. Cit., páginas 107-108.

[135] PRATKANIS, Anthony. ARONSON, Elliot: Ob. Cit., páginas 139.

[136] Welch, D. (2011). *Propaganda and the German Cinema* 1933-1945. I.B.Tauris, p. 218.

[137] Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (1944). The culture industry: Enlightenment as mass deception. Dialectic of Enlightenment,

de Alemania", señala que Hitler estaba llevando a cabo un dogma del pueblo alemán, cuyos fines no tenían nada de tradicionales, sino todo lo contrario. La propaganda nazi se enfocaba en inculcar el sentido del Estado a la burguesía inerte alemana, y no el sentido de grupo que ya tenía. De esta manera, la propaganda nazi no creó el sentimiento de culpabilidad por la pérdida de la guerra, sino que simplemente explotó y exacerbó los sentimientos de culpa que ya estaban presentes entre los ciudadanos alemanes:

> Hitler está llevando a cabo un dogma del pueblo alemán (como Stalin del ruso), dogma cuyos fines no tienen nada de tradicional, antes, al contrario. Todos los esfuerzos de la propaganda para restaurar Dios sabe que hipotético y prehistórico germanismo, están destinados… a enmascarar el carácter anti alemán de los métodos que se aplican en la práctica… lo que se trata de inculcar a esta burguesía inerte no es el sentido del grupo, que ya tenía, sino el sentido del Estado que no tiene. [138]

Como señala Welch, la propaganda es efectiva cuando no supone una amenaza para las convicciones de la población receptora y no choca frontalmente con los intereses de la audiencia. Por lo tanto, la propaganda nazi tuvo éxito al conectar con las emociones y sentimientos de la multitud y encauzarlos de acuerdo con los intereses del propagandista. Hitler conocía perfectamente a la población alemana y el sentimiento de culpa que imperaba tras la derrota en la I Guerra Mundial. Así, simplemente tuvo que convencerles de que la guerra no se había perdido por su actuación, sino por la supuesta "puñalada en la espalda" de los judíos y comunistas. En definitiva, la propaganda nazi fue efectiva porque se basó en la explotación de los sentimientos y emociones preexistentes en la población alemana y encauzó estos sentimientos en una dirección que favorecía los

[138] ROUGEMONT, Denis en: *"Diario de Alemania"* paginas 23-24.

intereses del régimen nazi. De esta manera, la propaganda se convirtió en un elemento clave en la construcción y mantenimiento del régimen nazi y su ideología.

> El antisemitismo ha servido al partido n-s como un oportuno tópico de agitación…[139]

En su obra "Mein Kampf", Hitler explica que la guerra es la forma más efectiva de conseguir la unidad nacional y la eliminación de los enemigos internos y externos. Para lograrlo, es necesario movilizar a las masas a través de la propaganda y la retórica nacionalista, creando una identidad colectiva basada en la exclusión de los "otros". Como señala Stanley Payne, "Hitler no quería que Alemania fuera simplemente una gran potencia, sino que buscaba una 'revolución total' que transformara radicalmente la estructura política, social y cultural de la nación".

> Esta fue la razón por la cual, después de mi primera alocución sobre el Tratado de Versalles, que dirigí a las tropas en mi carácter catedrático hacia las mismas, introduje una modificación y hablé acerca de los tratados de paz de Brest-Litovsk y Versalles. Porque pronto comprendí que el pueblo nada sabía respecto del tratado de Brest-Litovsk pero que, merced al éxito de la propaganda de sus partidos, se figuraba que este pacto constituía uno de los más vergonzosos actos de opresión de la tierra. La persistencia con que se mostraba esta impostura a los ojos del público fue la causa por la que millones de alemanes supusieran que el tratado no era sino la justa retribución del crimen que habíamos cometido en Brest-Litovsk. Considerábase, por tanto, injusto emprender contra la paz de Versalles una lucha de

[139] MAESTRI, Raúl. Ob. Cit. Página 43.

> verdad, procedimiento que se estrellaba en muchos casos contra una sincera aversión moral. He aquí porque pudo hallar albergue en Alemania la desvergonzada y monstruosa palabra “reparaciones”. Durante mis conferencias tracé un paralelo entre los dos tratados, los comparé punto por punto y demostré lo leal e inmensamente humano del uno con la inhumana crueldad del otro. [140]

La utilización de la carga emocional en la propaganda es un tema ampliamente estudiado por los expertos en comunicación y psicología social. Si hacemos un análisis semántico del discurso anterior, podemos decir que se puede observar el uso de palabras con una carga emocional y valorativa, que buscan persuadir y convencer al público. Por ejemplo, el autor utiliza términos como "vergonzosos actos de opresión", "crimen", "desvergonzada y monstruosa palabra", "inhumana crueldad", con el fin de generar una reacción emocional y moral en el lector. Además, Hitler utiliza palabras que enfatizan la idea de que el pueblo alemán ha sido engañado y manipulado por la propaganda de los partidos políticos, como "impostura" y "sincera aversión moral". Estas palabras sugieren que el autor no solo es un catedrático que explica la verdad, sino que también es un defensor de la justicia y la honestidad. Por otro lado, también utiliza un lenguaje académico y riguroso, como "alocución", "Tratado de Versalles", "comparé punto por punto", que refuerza su autoridad como experto en la materia. Asimismo, el uso de la primera persona singular "yo" da la impresión de que el autor tiene experiencia personal en el tema que está tratando y, por lo tanto, es una fuente confiable. En cuanto a la semiótica, podemos notar que el discurso utiliza símbolos y signos para apoyar la retórica del hablante. El uso de la palabra "reparaciones" se presenta como un símbolo que representa la opresión y la crueldad del Tratado de Versalles. El hablante también utiliza signos no verbales como los gestos y la entonación para enfatizar sus puntos y establecer un

---

[140] HITLER, Adolf. Ob. Cit. página 224.

tono convincente en su discurso. Desde el punto de vista pragmático, el hablante apela a las emociones y al orgullo nacionalista de su audiencia. Utiliza términos como "la patria", "la nación", "la justa retribución" y "la sincera aversión moral" para evocar una respuesta emocional del público y generar un sentimiento de unidad en contra del enemigo externo (Rusia) y el enemigo interno (los partidos comunistas y las voces críticas dentro de Alemania). En resumen, Hitler utiliza un lenguaje emocional y valorativo para persuadir al lector, combinado con un lenguaje académico y riguroso para reforzar su autoridad en el tema. Este uso estratégico del lenguaje es característico de la retórica persuasiva y puede encontrarse en numerosos discursos y escritos políticos e ideológicos.

En el caso de Hitler y su propaganda, la carga emocional fue un elemento clave para influir en las masas y encauzar sus sentimientos y emociones hacia los intereses del propagandista. En este sentido, se puede apreciar cómo Hitler comprendía la importancia de apelar a las emociones de las personas para conseguir sus objetivos políticos. Como señala Arroyo, "la propaganda nazi fue diseñada para apelar a las emociones de la población alemana, especialmente en relación con temas como la guerra, la derrota de la Primera Guerra Mundial y la supuesta traición de los judíos y los comunistas". De esta forma, Hitler logró conectar con los sentimientos de los ciudadanos alemanes, en especial con el sentimiento de culpabilidad y la pérdida de autoestima que se habían generado tras la Primera Guerra Mundial y la posterior crisis económica. Por otro lado, es importante señalar que la carga emocional de la propaganda no sólo se basa en la apelación a sentimientos positivos, como el amor o la esperanza, sino también en la utilización del miedo y la ira. Como señala Pratkanis y Aronson, "la propaganda nazi utilizó una amplia gama de técnicas para generar una auténtica presión emocional en la población, incluyendo la creación de una atmósfera de miedo y amenaza y la explotación de la xenofobia y el racismo para crear una identidad nacionalista y exclusivista". En cuanto al comentario de Hitler sobre la carga emocional del mensaje, es importante señalar que, aunque pueda resultar machista en su forma de expresión, refleja una concepción de la

propaganda como un instrumento para influir en las emociones y sentimientos de las masas. Como señala Lasswell, "la propaganda es la manipulación planificada de símbolos y de ideas con el fin de influir en las actitudes y comportamientos de la población receptora". En este sentido, la carga emocional es una herramienta clave para lograr esa influencia y encauzar los sentimientos y emociones de la audiencia hacia los objetivos del propagandista.

> La inmensa mayoría de la gente es tan femenina en lo concerniente a su naturaleza y opiniones, que su pensamiento y acciones se hallan gobernados por sensaciones y sentimientos más bien que por consideraciones razonadas. Este sentimiento, empero, no es complicado sino muy sencillo y consistente. Apenas si sabe diferenciar, pero es uno de los dos, positivo o negativo.[141]

La utilización del miedo como herramienta persuasiva es un recurso muy efectivo, ya que puede nublar la mente y dificultar un análisis crítico y racional del tema en cuestión. En el discurso, Hitler expresa su opinión sobre la mayoría de la gente, a la que considera femenina en su naturaleza y opiniones. Utiliza la dicotomía de sentimientos positivos y negativos para explicar cómo estas personas son gobernadas por sensaciones y sentimientos, en lugar de consideraciones razonadas. El discurso utiliza un lenguaje negativo y despectivo hacia la mayoría de la gente, sugiriendo una superioridad intelectual y moral de Hitler y su grupo selecto. La elección de palabras como "femenina" y "gobernados" sugiere una actitud sexista y autoritaria. En general, el discurso utiliza el lenguaje para construir una imagen de superioridad y poder, mientras desprecia a aquellos que no están de acuerdo con Hitler. En la segunda oración, se utiliza la conjunción "empero" para conectar la idea previa con la siguiente. Hitler describe el sentimiento como algo simple y coherente, que

---

[141] Ibíd. página 93.

puede ser clasificado en positivo o negativo. Esta clasificación binaria simplifica la complejidad de la naturaleza humana y sugiere que las personas pueden ser fácilmente categorizadas en una de estas dos opciones. El discurso utiliza una retórica persuasiva para presentar una visión simplista y polarizada del mundo, en la que las personas son clasificadas en una de dos categorías. Además, la elección de palabras y la estructura de las oraciones reflejan un intento de influir en las emociones y la lógica del público para promover las ideas del orador. hace uso de ciertos recursos pragmáticos para transmitir su mensaje. En primer lugar, utiliza un tono generalizador al afirmar que "la inmensa mayoría de la gente" es femenina en sus naturalezas y opiniones. Esto sugiere que el hablante tiene una visión muy específica de lo que significa ser femenino y cómo se relaciona con el pensamiento y la conducta. También, maneja una expresión metafórica al comparar la naturaleza y opiniones de la gente con algo femenino, lo que puede ser percibido como sexista por algunos oyentes. Esgrime un tono autoritario al afirmar que el pensamiento y las acciones de la gente son gobernados por sensaciones y sentimientos en lugar de consideraciones razonadas. Al utilizar esta afirmación, está tratando de convencer a su audiencia de que sus opiniones son verdaderas y deben ser aceptadas sin cuestionamiento. Por último, usa un tono un tanto misterioso al afirmar que el sentimiento que gobierna a la gente no es complicado sino muy sencillo y consistente. Al hacer esto, está tratando de atraer la atención de su audiencia y hacer que se pregunten qué tipo de sentimiento es el que Hitler está describiendo. En resumen, con respecto al análisis del discurso en cuestión, se puede observar que el hablante (Hitler) utiliza un lenguaje figurativo y despectivo para referirse a la mayoría de la gente, comparándolos con lo que considera un estereotipo femenino que se rige por las emociones y no por la razón. Además, se utiliza un lenguaje simplista y categórico para dividir a la gente en dos grupos, positivos o negativos, sin matices ni posibilidad de cambio. En términos pragmáticos, el hablante parece estar tratando de presentarse a sí mismo y a su audiencia como personas racionales y objetivas, en contraposición a lo que considera la debilidad emocional y la falta de pensamiento crítico en la mayoría de las personas. No obstante, al utilizar términos despectivos y simplistas para referirse a los demás, se evidencia

una actitud de superioridad y desprecio hacia aquellos que no se ajustan a su ideal de racionalidad. podemos analizar semióticamente el discurso de Hitler para ver cómo utilizó los signos y símbolos para transmitir su mensaje. En este discurso, podemos identificar varios elementos semióticos. Primero, la frase "la inmensa mayoría de la gente" se refiere a un grupo amplio y genérico, lo que sugiere una idea de comunidad y unidad. Sin embargo, el siguiente comentario sobre su naturaleza femenina y su dependencia de las sensaciones y los sentimientos sugiere que este grupo es débil y emocional, lo que implica que necesita un líder fuerte y racional para guiarlo. Asimismo, la distinción entre sentimientos "positivos" y "negativos" sugiere una jerarquía de valores, en la que ciertas emociones son más deseables que otras. Este tipo de jerarquía es común en la retórica fascista, que a menudo promueve la supremacía de ciertos grupos o ideas sobre otros. Otra técnica retórica que utiliza es la antítesis, al comparar la simplicidad y consistencia del sentimiento con la incapacidad de diferenciar entre el positivo y el negativo. Esto sugiere que las personas son incapaces de comprender la complejidad de los asuntos y se rigen por emociones y sentimientos superficiales. Igualmente, la utilización de adjetivos como "sencillo" y "consistente" busca simplificar y validar el mensaje, sugiriendo que la dicotomía que establece es fácil de entender y que hay una claridad en la división de sentimientos en positivos y negativos. La analogía de la falta de capacidad de diferenciación de la mayoría de las personas es utilizada como una forma de deshumanizarlas y hacerlas parecer inferiores, lo que a su vez refuerza la idea de superioridad del grupo de los arios.

En este sentido, Adolf Hitler comprendió el poder de esta táctica y la utilizó con gran éxito. En 1932, en plena campaña electoral, Hitler se dirigió a sus compatriotas, hombres y mujeres por igual, apelando a sus miedos más profundos y generando una sensación de inseguridad en la población. Este tipo de estrategia, aunque efectiva en términos de impacto inicial, también puede tener consecuencias a largo plazo. Por ejemplo, en este caso, la demonización del enemigo y la promoción del miedo como herramienta de control, fueron factores clave en la posterior perpetuación de la violencia y el odio hacia los judíos y otras

minorías durante el Holocausto. Además, la utilización del miedo como recurso persuasivo puede ser vista como una forma de manipulación y puede ser considerada una violación de los derechos humanos.

> Reina la confusión y el desorden en nuestras calles; las universidades rebosan de estudiantes que se rebelan y provocan disturbios. Los comunistas quieren destruir nuestra patria; Rusia nos amenaza con su poder, la República está en peligro…; en peligro desde dentro y desde fuera. ¡Es preciso que se imponga la ley y el orden, porque sin ellos el país no puede sobrevivir! [142]

Según los autores mencionados, la estrategia de Hitler de utilizar el miedo para ganar adeptos le permitió contar con el apoyo de millones de alemanes, quienes se unieron al Partido Nacional Socialista. Desde el punto de vista lingüístico, el discurso analizado es un ejemplo de la retórica política utilizada por los líderes para persuadir a sus seguidores y convencer a la población en general. En este caso, se trata de un discurso que apela al miedo y a la necesidad de imponer el orden para justificar su posición y el papel del gobierno. Desde el punto de vista semántico, el discurso utiliza palabras y frases con connotaciones negativas, como "confusión", "desorden", "rebelión", "destruir", "poder", "peligro", y "sobrevivir", para evocar una sensación de peligro y urgencia. El hablante describe una situación caótica en la que la sociedad está amenazada desde dentro y fuera, y sugiere que la única solución es imponer el orden y la ley. En términos semióticos, el discurso utiliza el lenguaje y los símbolos para transmitir un mensaje político. Por ejemplo, la imagen de las calles caóticas y las universidades llenas de estudiantes rebeldes sugiere una falta de control y una amenaza a la estabilidad social. La referencia a los comunistas, Rusia y la República como fuerzas

[142] HITLER en: PRATKANIS, Anthony. ARONSON, Elliot: Ob. Cit., página 216.

que amenazan al país refleja la ideología política del hablante y establece un enemigo común que justifica la necesidad de la intervención del gobierno. Pragmáticamente el discurso utiliza la persuasión para lograr un objetivo político. Hitler apela a las emociones y los miedos del público para justificar la necesidad de imponer el orden y la ley. Al presentar una imagen de peligro inminente, el hablante establece la necesidad de la acción inmediata y sugiere que su posición es la única solución viable. En términos de elementos retóricos, el discurso utiliza técnicas como la antítesis (ej. "confusión" vs "orden"), la anáfora (ej. "peligro desde dentro y desde fuera"), la repetición (ej. "ley y el orden"), y la metáfora (ej. "la patria está en peligro") para enfatizar los puntos clave y crear una imagen vívida de la situación política actual.

En este sentido, se puede afirmar que el miedo es un recurso eficaz para influir en la opinión pública y conseguir seguidores, ya que esta emoción impide a las personas analizar con detenimiento la cuestión y buscar soluciones más racionales. Hobsbawm, por su parte, sostiene que la atracción hacia la derecha radical aumenta cuando un grupo de la clase media se siente amenazado por una situación real o percibida como tal. En este contexto, la desarticulación del marco que sostiene el orden social puede motivar a las personas a buscar soluciones radicales, como el apoyo a movimientos extremistas.[143] En línea con lo expuesto por Hobsbawm, la Gran Depresión y la inflación pueden ser consideradas factores que contribuyeron a la radicalización de las clases conservadoras, buscando la estabilidad y el bienestar que se habían visto amenazados. En este sentido, el mensaje propagandístico que se quiere transmitir debe ser sencillo y claro, para que pueda ser comprendido por toda la población, incluso por aquellos con menor nivel de instrucción. Debe ser una única idea que se transmita de forma consistente y coherente, para que pueda penetrar en la mente del receptor y quedar fijada en su memoria. Además, la idea debe ser emocionalmente atractiva y relevante para la audiencia, para que pueda conectar con sus sentimientos y emociones y así tener un mayor impacto

[143] HOBSBAWM, Eric.: Ob. Cit. página 129.

persuasivo. De esta forma, el mensaje propagandístico se convierte en un instrumento poderoso para moldear las opiniones y actitudes de la población, y llevarla a adoptar determinadas posturas políticas o sociales.:

> Toda propaganda debe ser popular, adaptando su nivel intelectual a la capacidad receptiva del menos inteligente de los individuos a quienes se desea vaya dirigida. De esta suerte es menester que la elevación mental sea tanto menor cuanto más grande la muchedumbre que deba conquistar. La capacidad receptiva de las multitudes es limitada y su comprensión escasa; por otra parte, tienen ellas una gran facilidad para el olvido. Así las cosas, fuerza será que toda propaganda, para que sea eficaz, se limite a muy pocos puntos, presentándolos en forma de gritos de combate hasta que el último hombre haya interpretado en significado de cada uno.[144]

La eficacia de la propaganda se fundamenta en adaptarse a la capacidad receptiva de la población, siendo esta limitada y escasa en comprensión. Por tanto, es necesario limitarse a pocos puntos y presentarlos en forma de gritos de combate para que sean fácilmente interpretados por todos. La meta última es conseguir la aceptación de una doctrina, en este caso, la del partido nacionalsocialista.

> Como director de la propaganda del partido, tuve buen cuidado de no limitarme a preparar el terreno para la futura grandeza del movimiento, sino que trabajé conforme a principios muy radicales, a

[144] HITLER en Brown. página 91.

fin de introducir en la organización a los mejores elementos. [145]

Para Hitler, la oratoria era una herramienta fundamental para la propagación de sus ideas y su modelo se basaba en la observación y estudio de otros grandes oradores de la historia, como los demagogos de las revoluciones francesa y bolchevique, los socialdemócratas austriacos y alemanes, así como el fogoso charlatán galés Lloyd George. En sus propias palabras, "yo no hago más que seguir a mis precursores en esta técnica de la propaganda; yo no hago sino aplicar los principios que éstos han establecido". De esta forma, Hitler entendía que la oratoria debía ser empleada de manera estratégica, utilizando un lenguaje accesible y popular para captar la atención y el apoyo de las masas. Hitler escribió sobre él:

> Los discursos de este inglés (sic) fueron los más admirables, porque daban testimonio de un conocimiento claramente asombroso del alma de las grandes masas del pueblo (…) encontró en sus discursos la forma y la expresión que le abrían el corazón de su pueblo, consiguiendo al final que su pueblo se pusiese plenamente al servicio de su voluntad. La prueba de la capacidad política sobresaliente de este inglés (sic) reside concretamente en el primitivismo de su lenguaje, lo primordial de la expresión de la expresión y el uso de ejemplos fácilmente comprensibles del tipo más simple.[146]

Es importante destacar que Hitler comprendía la importancia y el poder que tenía la propaganda en la obtención de

---

[145] Ibíd. página 282.

[146] HITLER en: BURLEIGH, Michael. Ob. Cit. Página 144.

resultados y en la consecución de objetivos. De hecho, en Mein Kampf deja en claro cómo los Aliados lograron imponerse en la Primera Guerra Mundial gracias al hábil uso de la propaganda. Hitler admite que su propio bando no supo manejar este terreno con la misma eficacia, por lo que tuvieron que aprender de los enemigos:

> Pero hasta la guerra no se hizo patente la magnitud de los resultados que podían obtenerse mediante la sabia aplicación de la propaganda. Por desgracia, también este terreno, tuvimos que estudiarlo todo en el bando enemigo, porque en el nuestro, las iniciativas fueron parcas, por decir algo… Pues lo cierto es que lo que nosotros no hicimos el enemigo supo llevarlo a cabo con asombrosa pericia y con una mente calculadora verdaderamente admirable. Yo mismo aprendí enormemente de la guerra propagandística del enemigo.[147]

Hitler se enfoca en la importancia de la propaganda y cómo esta fue aplicada con éxito en el bando enemigo. A través del análisis semántico, se puede observar cómo el discurso utiliza un lenguaje persuasivo, utilizando términos como "sabia aplicación", "asombrosa pericia", y "mente calculadora verdaderamente admirable" para enaltecer la propaganda enemiga y destacar la necesidad de su aplicación en el propio bando. A nivel semiótico, el discurso utiliza símbolos y metáforas para establecer una conexión emocional con la audiencia, como el uso de la palabra "enemigo" para crear una imagen de una amenaza externa. Además, la antítesis se utiliza para contrastar la falta de iniciativa en el propio bando con la pericia del enemigo en la propaganda. En términos pragmáticos, el discurso tiene como objetivo convencer a la audiencia de la importancia de la propaganda en la

---

[147] HITLER en: PRATKANIS, Anthony. ARONSON, Elliot: Ob. Cit., páginas 337-338.

guerra, al resaltar los éxitos del enemigo en este ámbito y la necesidad de imitar su estrategia. El uso de lenguaje persuasivo y la conexión emocional con la audiencia a través de símbolos y metáforas, pretende movilizar a la audiencia hacia una acción en particular: aplicar la propaganda como una herramienta de guerra efectiva. En cuanto a los elementos retóricos utilizados, se puede destacar el uso de la anáfora en la repetición del término "propaganda", lo que enfatiza la importancia del tema. Además, se utiliza la antítesis para contrastar la falta de iniciativa en el propio bando con la habilidad del enemigo en la propaganda. Es así como Hitler afinó sus dotes de oratoria con cada vez más oyentes, convirtiéndose en un hábil orador capaz de calar profundamente en la opinión pública. Es importante mencionar que existe un amplio consenso entre los historiadores acerca de la habilidad oratoria de Hitler y su disciplina organizativa en el partido, rasgos que tuvieron una gran importancia en la difusión de sus ideas y en la consolidación de su poder. Pasquale Villani es solo uno de los muchos historiadores que ha destacado la importancia de estos aspectos en la figura de Hitler.[148]

El historiador Ernst Nolte ha señalado que, en Mein Kampf, Hitler da prioridad al poder de la palabra hablada sobre la escrita, y que es poco probable que haya ganado muchos seguidores a través de su libro. En cambio, sus discursos siempre fueron fascinantes para las masas. De hecho, la preparación cuidadosa de sus discursos fue un elemento fundamental en las primeras prácticas del Partido Nazi en el ámbito de la propaganda. En opinión de Hitler, la propaganda tenía como objetivo imponer una teoría al pueblo. Dado que el adoctrinamiento es una práctica coactiva, la realización práctica de esta teoría puede denominarse en un primer momento "realización", y después de la toma del poder se convierte en el cumplimiento de la teoría sin perder su sentido original. Es importante destacar que, según el consenso de muchos historiadores, el excepcional talento oratorio de Hitler y la disciplina organizativa del Partido Nazi tuvieron un profundo impacto en la opinión pública de la época, como se ha señalado,

---

[148] VILLANI, Pasquale. Ob. Cit. Pagina 102.

entre otros, por Pasquale Villani.[149] Hitler sostenía que la propaganda debía estar basada en la verdad y no admitir segundas interpretaciones. Para el líder nazi, la verdad era un elemento fundamental en la consolidación de su movimiento y debía ser transmitida sin ambigüedades a través de la propaganda. En este sentido, Hitler buscaba que la propaganda no solo fuera efectiva en términos de persuasión, sino que también se mantuviera coherente con su ideología y sus objetivos políticos. De esta manera, la propaganda se convirtió en una herramienta clave para la construcción y el mantenimiento del régimen nazi en Alemania, al tiempo que servía como medio de control social y manipulación de la opinión pública.

La función de la propaganda es, por ejemplo, no comparar y considerar las razones de diferentes personas, sino tan solo destacar la única razón que se ha propuesto en discusión. Su misión no es emprender un estudio objetivo de la verdad, que pueda favorecer al enemigo y luego exponerlo a las masas con imparcialidad académica; su tarea es la de apoyar nuestra propia razón, en todo momento y resueltamente… Tan pronto como nuestra propaganda admita el menor atisbo de razón o de justicia en la otra parte, se habrán sentado los cimientos de la duda en el derecho que nos asiste. [150]

Neumann argumenta que la propaganda nacionalsocialista no se limitaba a penetrar en los puntos débiles, sino que tenía una finalidad más profunda. Para este historiador, la insistencia en el activismo en lugar del pensamiento significaba que los individuos no tendrían libertad ni tiempo para pensar por sí mismos. Según Neumann, "la acción sin el pensamiento sólo es posible si está dirigida y controlada, excepto en breves períodos de auténtica espontaneidad de masas. Cuando está controlada de ese modo es una pseudo-acción, ya que quien actúa no es el individuo, sino un aparato burocrático". De esta forma, Neumann cuestiona la verdadera naturaleza de la acción promovida por la propaganda nacionalsocialista, y sugiere que esta era en realidad una

---

[149] NOLTE, Ernst. Ob. Cit. pagina 419.

[150] HITLER en: PRATKANIS, Anthony. ARONSON, Elliot: Ob. Cit., página 346.

manipulación de las masas para mantener un control rígido sobre la sociedad.[151] Según el historiador Neumann, la técnica del nacionalsocialismo se diferencia de otras técnicas por hacer que la acción de un aparato autoritario parezca una actividad espontánea de las masas, siendo los mítines de masas nacionalsocialistas los lugares donde se emplea por primera vez. Hitler utilizó todos los medios posibles para obtener la atención de las masas, como el proyecto de ley para la cancelación de las deudas de la guerra, promovido por un comité creado por iniciativa popular en el que los nazis tomaron parte activa, y el respaldo de Alfred Hugenberg, jefe de los "alemanes nacionales". De esta manera, Hitler comenzó a ser considerado un instrumento eficaz para luchar contra la democracia de Weimar. La propaganda, considerada por Goebbels como un arma de guerra, fue el elemento fundamental para atraer nuevos adeptos a la causa del nacionalsocialismo. La actividad propagandística cumplía dos funciones primordiales: inculcar un número elevado de ideas a un grupo reducido de personas y agitar a un gran número de personas mediante un número reducido de ideas. El autor soviético Serge Tchakhotine afirmaba que esta porción de la sociedad poseía un sistema nervioso inestable y que a menudo se sentían contentos al verse dominados y guiados. [152]

Hitler afirmó en su obra "Mein Kampf" la importancia de los mítines de masas como herramienta necesaria para atraer a nuevos seguidores y para que los individuos se sintieran parte de una gran comunidad, lo que les proporcionaba una sensación de aliento y confort. Esta idea refleja la visión de Hitler de que el individuo debía estar estrechamente ligado a las masas, y que la sugestión de masa era un medio para lograrlo.

> El mitin de masas es necesario, aunque solo sea porque en él el individuo, que se está convirtiendo en un partidario de un nuevo

[151] NEUMANN, Franz. Ob. cit. Página 483.

[152] VILLANI, Pasquale. Ob. cit. Página 102.

> movimiento, se siente solitario y es fácil que se sienta preso del temor de encontrarse solo; contempla por primera vez el cuadro de una gran comunidad, algo que tiene un efecto reconfortante y alentador sobre las personas (…) sucumbe a la influencia mágica de lo que llamamos sugestión de masa. [153]

En este discurso, Hitler habla de la importancia del mitin de masas como un medio para crear un sentido de comunidad y unidad entre los individuos que se están convirtiendo en partidarios de un nuevo movimiento. Semánticamente, el discurso utiliza palabras y frases que destacan la importancia de la pertenencia a una comunidad, como "se siente solitario", "contempla por primera vez el cuadro de una gran comunidad", y "efecto reconfortante y alentador". Desde el punto de vista semiótico, el discurso utiliza el mitin de masas como un signo o símbolo de la comunidad, utilizando su imagen como un medio para transmitir un mensaje de unidad y solidaridad entre los individuos que participan en el mitin. Pragmáticamente, el discurso utiliza el mitin de masas como una herramienta para crear un sentido de pertenencia y solidaridad entre los individuos, así como para persuadir a la gente a unirse a su movimiento. En cuanto a los elementos retóricos, el discurso utiliza una metáfora cuando se refiere a la "sugestión de masa", comparando el efecto de estar en un mitin de masas con un estado de hipnosis o trance en el que las personas son más susceptibles a la influencia del grupo. Además, el discurso utiliza un tipo de anáfora cuando se repiten las palabras "siente" y "efecto" para enfatizar la importancia de la experiencia emocional que se produce durante el mitin de masas. También se puede notar la presencia de una antítesis, en la que se contrasta la sensación de soledad del individuo que se está convirtiendo en partidario de un nuevo movimiento, con el sentido de pertenencia y unidad que experimenta al asistir a un mitin de masas. Además, el discurso utiliza una anáfora cuando repite la palabra "algo" para enfatizar la

[153] HITLER en: NEUMANN, Franz. Ob. Cit. Página 484.

importancia del efecto reconfortante y alentador que produce la experiencia del mitin de masas en las personas.

Para Neumann, la propaganda nacionalsocialista tenía como objetivo la eliminación de cualquier atisbo de espontaneidad y la incorporación de la sociedad a una supermáquina. Esta concepción de la propaganda como un medio de controlar y manipular a las masas se basaba en la creencia de que las personas eran susceptibles a la sugestión y se sentían contentas al ser dominadas y guiadas. La propaganda, según esta visión, tenía dos funciones: la inculcación de un gran número de ideas a un grupo reducido de personas y la agitación de un gran número de personas mediante un número reducido de ideas. El objetivo de la propaganda nacionalsocialista de captar la atención de las clases rurales y la pequeña y mediana burguesía provincianas se basó en la prédica anticapitalista, la lucha contra el bolchevismo, la defensa de los valores tradicionales y la aversión a los judíos. Estas ideas resonaron con fuerza entre los campesinos propietarios, que temían cualquier alteración del orden territorial, y entre las clases burguesas, que habían sufrido dramáticamente los efectos de la inflación y se sentían desplazadas por la nueva jerarquía de valores sociales y económicos establecida por la república democrática. La propaganda nacionalsocialista también se enfocó en presentar al movimiento como una alternativa al desorden y la decadencia de la democracia de Weimar, promoviendo la idea de que solo el nacionalsocialismo podía restaurar el orden y la estabilidad en la sociedad alemana. Además, la propaganda también apeló a los sentimientos de orgullo y patriotismo, presentando al nacionalsocialismo como la única ideología que podía hacer frente a las amenazas externas y restaurar el prestigio y la grandeza de Alemania en el mundo.[154]

Según Michel Burleigh en su libro "El Tercer Reich: una nueva historia", los nazis tuvieron un éxito mayor entre los campesinos alemanes, quienes ya estaban descontentos y militantes. A pesar de que el partido nacionalsocialista había empezado como un partido urbano y había ignorado la agricultura

---

[154] TENBROCK, Robert-Hermann. Ob. cit. Página 295.

en su programa original, el sorprendente éxito obtenido en las zonas rurales en las elecciones de 1928 hizo que se prestara más atención al campo. En consecuencia, se reformularon planes anteriores para "expropiar tierra para fines colectivos", los cuales originalmente iban dirigidos especialmente a empresas judías dedicadas a la especulación inmobiliaria. Es importante señalar que la organización y la propaganda a veces requieren de compromisos previos para lograr sus objetivos.[155].

La propaganda nazi se caracterizó por una gran cantidad de elementos visuales y sonoros destinados a atraer a las masas y crear una imagen poderosa y atractiva del régimen nacionalsocialista. Uno de los elementos más notorios fue el uso del color rojo en la iconografía nazi, el cual era utilizado tanto en la bandera como en los uniformes de las tropas. Este color se asociaba con la fuerza, la pasión y la energía, y era utilizado con frecuencia por partidos de izquierda o pretendidamente "revolucionarios". En el caso del nazismo, el color rojo se combinó con otros símbolos, como la esvástica, el águila y la cruz gamada, para crear una imagen impactante y reconocible. Otro elemento importante de la propaganda nazi fue el uso de uniformes militares de colores vistosos. Estos uniformes se utilizaron tanto en las fuerzas militares como en las organizaciones paramilitares como las SA y las SS. Los uniformes se diseñaron con gran atención al detalle, utilizando colores brillantes y contrastantes y símbolos distintivos para crear una imagen visualmente atractiva y reconocible. En términos generales, la propaganda nazi se basó en la manipulación de las emociones y los sentimientos de las masas, apelando a sus miedos, deseos y prejuicios para crear una imagen positiva del régimen y de sus líderes. La mayoría de las técnicas empleadas por la propaganda nazi se sustentaron en mecanismos muy simples y comunes a la mente humana, como la simplificación de los problemas, la confirmación de los prejuicios y la identificación de un enemigo común. Todo esto fue utilizado para movilizar a las

[155] BURLEIGH, Michael. Ob. Cit. Páginas 138-139.

masas y generar un sentimiento de unidad y cohesión en torno al régimen nazi y sus líderes.[156]

4.2. Principios que rigen la propaganda nacionalsocialista.

La aplicación de técnicas y principios propagandísticos por parte del régimen nacionalsocialista tiene su origen en las experiencias acumuladas durante la Primera Guerra Mundial, cuando los estados beligerantes comprendieron el valor estratégico de moldear la opinión pública para sostener el esfuerzo bélico. Dicho aprendizaje fue sistematizado en la década de 1920 por diversos teóricos —entre ellos Paul Quentin—, quienes analizaron los mecanismos psicológicos y comunicacionales que hacían efectiva la propaganda en contextos de masas. En este marco, Adolf Hitler no introdujo innovaciones sustanciales en el plano conceptual, pero supo apropiarse con notable eficacia de tales desarrollos teóricos y trasladarlos al ámbito de la lucha política. En Mein Kampf, no solo expone su visión ideológica, sino que dedica secciones completas a reflexionar sobre la función de la propaganda como herramienta central de movilización. Su principal aporte radicó en la capacidad de integrar estos principios en una estrategia coherente de comunicación política, basada en la repetición, la simplificación y la carga emocional del mensaje, todo ello orientado a amplios sectores de la sociedad alemana. Esta aplicación sistemática y calculada de los recursos propagandísticos fue determinante en el ascenso del nacionalsocialismo, constituyendo un caso paradigmático del uso instrumental de la comunicación en contextos totalitarios.

J. M. Domenach, en su obra *La propagande politique*, sistematizó los principios de la propaganda científica previamente recopilados por P. Quentin en 1943. Estos principios se centraban en la explotación de las emociones y la manipulación de los sentimientos colectivos, la repetición constante y la simplificación

[156] BROWN, J.A.C. Ob. Cit. página 25.

de los mensajes con el fin de hacerlos fácilmente asimilables por el público, así como en el empleo de símbolos y colores llamativos para establecer asociaciones afectivas perdurables. Uno de los ejes fundamentales era la construcción de un enemigo común, concebido como chivo expiatorio, cuya demonización contribuía a reforzar la cohesión del grupo receptor del mensaje.

La propaganda nacionalsocialista adoptó y perfeccionó estos métodos, añadiendo recursos como la exaltación de líderes carismáticos —especialmente la figura de Hitler—, el uso sistemático de la violencia simbólica y física, la diseminación del miedo como instrumento de control social, la manipulación de los medios de comunicación y la elaboración de una imagen idealizada del pueblo alemán, anclada en mitos de pureza racial, grandeza histórica y superioridad cultural.

Estas técnicas se sustentaron en la creación de un aparato propagandístico altamente centralizado, jerarquizado y eficiente, encabezado por el Ministerio de Propaganda dirigido por Joseph Goebbels. Esta estructura permitió la difusión masiva y uniforme del mensaje oficial, favoreciendo la interiorización colectiva de los valores y objetivos del régimen.[157] A continuación, analizaremos en detalle estas técnicas, complementándolas con otras herramientas persuasivas que, a nuestro juicio, resultan relevantes para una comprensión integral del fenómeno propagandístico en contextos totalitarios.

La ley de la simplicidad es un principio fundamental en la propaganda que busca maximizar su efectividad. Para lograr esto, es importante que el mensaje sea fácilmente comprensible por todos, sin importar su nivel de educación o conocimiento. Por lo tanto, el lenguaje debe ser claro, directo y conciso, utilizando frases sencillas y enunciaciones primarias que no requieran un gran esfuerzo para su comprensión. Esto puede lograrse mediante el uso de eslóganes y símbolos que representen de manera clara y sencilla el mensaje que se quiere transmitir. El ejemplo más representativo de la aplicación de esta ley se encuentra en el "grito de guerra" del régimen nazi, "Heil Hitler". Este eslogan, que

---

[157] PRATKANIS, Anthony. ARONSON, Elliot: Ob. Cit., página 56.

significa "salud a Hitler", utiliza palabras simples y una pronunciación fácil de recordar, lo que lo hace fácilmente reconocible para la población y logra reforzar la imagen del líder nazi en la mente de la gente. De esta manera, se evidencia cómo la ley de la simplicidad fue utilizada por los propagandistas nazis para simplificar su mensaje y aumentar su impacto en la población.[158]

La técnica de simplificación del mensaje y su aplicación en la neurolingüística ha sido utilizada en diversas áreas de la comunicación, incluyendo la propaganda política. En el caso de los nazis, su capacidad para comunicar de manera efectiva y clara fue una de las claves de su éxito en la manipulación de las masas. Conjuntamente, los nazis emplearon técnicas de persuasión y manipulación basadas en la repetición, que ayudaban a arraigar el mensaje en la mente del sujeto y a fijar la idea deseada en su inconsciente. La repetición de consignas como "Heil Hitler" o "Sieg Heil" durante los actos públicos, desfiles y en las emisiones radiofónicas, buscaba la creación de una sensación de unidad y pertenencia entre los seguidores del partido. En sus discursos, Hitler también utilizó técnicas de retórica para persuadir a las masas. Los discursos de Hitler no solo se centraron en la transmisión de información, sino que también fueron diseñados para persuadir a las masas y generar una respuesta emocional. Para ello, utilizó técnicas de retórica que eran comunes en la oratoria política de la época, como la repetición de palabras o frases clave, la utilización de metáforas y la exageración de las emociones. Además, Hitler también utilizó su lenguaje corporal y su expresión facial para enfatizar sus puntos y generar una respuesta emocional en su audiencia. Por otro lado, también utilizó técnicas de propaganda visual en sus discursos, como la utilización de símbolos nacionalsocialistas y la presentación de uniformes militares. Asimismo, la forma en que Hitler presentaba su discurso en términos de tono, ritmo y estilo, también era crucial para la persuasión de la audiencia. De esta manera, los discursos de Hitler fueron diseñados para manipular emocionalmente a las masas y hacer que se sintieran inspiradas y motivadas por su mensaje,

[158] BROWN, J.A.C. Ob. Cit. página 27.

generando una fuerte conexión emocional y un sentido de lealtad hacia el líder y el movimiento nacionalsocialista. Esto demuestra cómo la retórica y la propaganda se utilizaron para consolidar el poder político en la Alemania nazi y cómo estas técnicas pueden ser poderosas herramientas de manipulación cuando se utilizan adecuadamente. La claridad en la exposición de las ideas y el uso de argumentos simples y emotivos fueron fundamentales en su capacidad para convencer a las personas. En este sentido, uno de los argumentos más destacados fue su ataque a la Iglesia, en el que utilizó el concepto de "cristianismo positivo" para desacreditar a los líderes religiosos que se oponían al régimen nazi. Los nazis emplearon técnicas de simplificación del mensaje y persuasión basadas en la repetición y la retórica efectiva para manipular a las masas. Estas técnicas, aunque no fueron inventadas por ellos, fueron empleadas con gran efectividad para promover la ideología del partido y obtener el apoyo de los ciudadanos. [159]

La PNL[160] o programación neurolingüística es una disciplina que se enfoca en cómo la mente humana procesa la información, a través del lenguaje y la comunicación. Si bien esta disciplina se acuñó en la década de 1950, los principios básicos de la PNL tienen sus raíces en la retórica clásica y en la psicología cognitiva. Los nazis, aunque no utilizaron explícitamente los términos de la PNL, sí emplearon técnicas y principios similares para persuadir a las masas. Por ejemplo, el uso de la repetición constante de mensajes clave, la utilización de metáforas y el lenguaje emotivo para apelar a las emociones y no a la razón. Asimismo, los nazis también utilizaron técnicas de hipnosis en sus discursos y manifestaciones, para crear un ambiente propicio para la sugestión y el control mental. De esta manera, lograban crear una especie de trance colectivo que permitía a las masas asimilar los mensajes de manera más efectiva. Aunque la PNL se

[159] La **neurolingüística** estudia los mecanismos del cerebro humano que facilita el conocimiento y la comprensión del lenguaje, ya sea hablado, escrito o con signos establecidos a partir de su experiencia o de su propia programación. Busca integrar a la persona en un todo y permite influir en ella, de manera sutil, manteniendo la visión de donde se encuentra la negociación con el otro individuo y hacia donde se pretende llegar.

[160] Programación Neuro lingüística.

desarrolló años después del régimen nazi, es posible identificar principios similares en la propaganda y retórica utilizadas por el Tercer Reich.

En sus discursos, Hitler conseguía atraer a las masas mediante juicios de una claridad pasmosa, ayudado por una puesta en escena que apoyaba el discurso. Un ejemplo de ellos es el argumento con el que Hitler deshecha a la Iglesia:

> Si los rezos y oraciones del pueblo ruso no evitaron que perdieran la guerra, entonces no sirven para nada.

El discurso de Hitler se enfoca en desacreditar las creencias religiosas del pueblo ruso y su capacidad para influir en el resultado de la guerra. Semánticamente, el discurso utiliza palabras como "rezos" y "oraciones" para referirse a las prácticas religiosas del pueblo ruso y las descarta como inútiles. Semiósicamente, el discurso utiliza el concepto de las prácticas religiosas como un signo o símbolo de la cultura y creencias del pueblo ruso, y lo utiliza para afirmar la superioridad de la cultura y creencias del régimen nazi. Pragmáticamente, el discurso busca desacreditar la cultura y creencias del pueblo ruso y justificar la superioridad del régimen nazi. En cuanto a los elementos retóricos, el discurso utiliza una antítesis al comparar la ineficacia de los rezos y oraciones del pueblo ruso con la eficacia de las acciones del régimen nazi en la guerra. Conjuntamente, el discurso utiliza una metáfora cuando afirma que los rezos y oraciones "no sirven para nada", comparando su eficacia con la inutilidad de un objeto que no tiene valor o utilidad. El discurso de Hitler busca desacreditar la cultura y creencias religiosas del pueblo ruso y justificar la superioridad del régimen nazi en términos políticos y militares. Para ello, utiliza elementos retóricos como la antítesis y la metáfora, y utiliza el concepto de las prácticas religiosas como un símbolo de la cultura y creencias del pueblo ruso para afirmar la

superioridad del régimen nazi en términos de eficacia y poder. En otro pasaje Hitler ensalza esa sencillez de la siguiente forma:

> La misma sencillez de las arengas, su estilo y el empleo de ejemplos simples y fácilmente comprensibles, son prueba de la descollante capacidad política. [161]

A través de un enfoque semántico, semiótico, pragmático y retórico, es posible identificar cómo el discurso nacionalsocialista enfatiza la importancia de una comunicación eficaz y de la conexión emocional con la audiencia como medios fundamentales para persuadir y movilizar a las masas. Este análisis revela el uso estratégico del lenguaje por parte de Adolf Hitler para consolidar su poder.

Desde un enfoque semántico, semiótico, pragmático y retórico, puede advertirse cómo el discurso nacionalsocialista subraya la importancia de una comunicación eficaz y de la conexión emocional con la audiencia como herramientas clave para persuadir y movilizar a las masas. Este análisis evidencia el uso estratégico del lenguaje por parte de Adolf Hitler en la consolidación de su poder, caracterizado por la simplicidad de los mensajes, la repetición de consignas y la apelación constante a las emociones colectivas, como el orgullo nacional, el miedo al enemigo y el resentimiento por la humillación del Tratado de Versalles. Un ejemplo ilustrativo puede hallarse en el discurso pronunciado el 10 de febrero de 1933 en el Sportpalast de Berlín, pocos días después de haber sido nombrado canciller. Allí, Hitler afirma: “Durante catorce años los que nos gobiernan han llevado a Alemania a la ruina. [...] ¡El marxismo es la causa de toda nuestra desgracia!”. Esta afirmación, simple y categórica, combina elementos semánticos de clara atribución causal con una estructura retórica polarizante: identifica un enemigo común y

---

[161] HITLER, Adolf. Ob. Cit. página 228.

responsabiliza directamente al marxismo por el sufrimiento nacional. El uso de frases cortas, categóricas y fácilmente comprensibles le permite establecer una narrativa clara y emocionalmente efectiva, dirigida a una audiencia amplia. Así, la estrategia discursiva de Hitler se apoya en una retórica simplificada pero intensamente emotiva, orientada a reforzar la adhesión popular mediante la identificación, la movilización y la canalización del descontento social hacia un enemigo claramente definido.

En el plano semiótico, el uso de un lenguaje sencillo y de ejemplos cotidianos proyecta una imagen de cercanía y empatía del líder con el pueblo, lo que favorece la construcción de un vínculo emocional entre el emisor y su audiencia. Esta elección discursiva contribuye a la configuración de una figura política que se presenta como comprensiva, accesible y comprometida con las necesidades del ciudadano común. La semiosis del discurso hitleriano se apoya en signos lingüísticos de fuerte carga emocional y en referencias fácilmente reconocibles por la audiencia, como el desempleo, la pobreza, la desintegración del orden social o el "honor alemán". En su discurso del 1 de mayo de 1933, Día del Trabajo, Hitler proclama: "No existen ya clases, todos somos ahora trabajadores del Reich" (Hitler, 1933). Esta afirmación, aunque ambigua desde una perspectiva conceptual, cumple una función simbólica poderosa: suprime las diferencias sociales en favor de una unidad nacional ficticia, reforzando la percepción de un líder que se pone al nivel del pueblo y comparte sus luchas. A través de estos mecanismos, el mensaje se convierte en un vehículo no solo de contenido ideológico, sino también de identificación afectiva, donde el lenguaje sencillo es una estrategia para representar simbólicamente una cercanía que en la práctica política se traducía en control y subordinación. En el análisis semiótico del discurso de Hitler, es fundamental considerar cómo los símbolos y los signos, tanto verbales como no verbales, fueron empleados estratégicamente para crear una narrativa nacionalista y totalitaria. Los símbolos son elementos cargados de significados específicos que operan dentro de un sistema de representación compartido por el público objetivo. En este sentido, el uso recurrente de elementos visuales y lingüísticos, como la cruz

gamada, el término "Reich", y la imagen de la "madre patria", desempeñó un papel crucial en la construcción de la ideología nacionalsocialista. Estos signos no solo actuaban como símbolos de unidad, sino que también funcionaban como herramientas de diferenciación y exclusión, creando una distinción entre los "buenos" y los "malos", y entre los "arios" y los "enemigos del pueblo alemán". Un ejemplo claro de esta estrategia simbólica es la retórica utilizada por Hitler en su discurso en el Reichstag el 1 de septiembre de 1939, previo a la invasión de Polonia, donde apelaba al sacrificio por la "patria alemana" y la unidad racial del pueblo: “El pueblo alemán es un cuerpo único, un alma fuerte y vigorosa, que resucita del caos de la decadencia” (Hitler, 1939). Aquí, Hitler emplea el signo del "cuerpo único" para representar al pueblo alemán como una entidad homogénea, casi orgánica, que debe ser defendida y protegida a toda costa. El uso de un lenguaje corporalmente cargado establece una asociación simbólica entre el pueblo alemán y una estructura física sólida, implicando que cualquier amenaza externa al pueblo es una amenaza directa al cuerpo nacional. Esta representación semiótica del "cuerpo" no solo apela a la cohesión racial y cultural, sino que también facilita la deshumanización de los enemigos del régimen, reduciéndolos a fuerzas destructivas que buscan desestabilizar ese cuerpo. Por otro lado, la cruz gamada, un símbolo central del nazismo, se utilizó con un alto valor semiótico para reforzar la identidad de la nación. Más allá de su origen histórico, la esvástica se vinculó con la idea de la "pureza" racial y la regeneración del pueblo alemán, convirtiéndose en un signo que evocaba no solo orgullo y fuerza, sino también una legitimación espiritual del régimen. En su discurso en el Nuremberg de 1934, Hitler proclamó: “El símbolo de la esvástica no es solo un símbolo de la lucha, sino de la victoria definitiva sobre nuestros enemigos” (Hitler, 1934). En este contexto, la esvástica se convirtió en un signo trascendental que encapsulaba tanto la pureza ideológica como el destino "justo" del pueblo alemán. El análisis semiótico del discurso nazi revela cómo la combinación de estos símbolos visuales y lingüísticos operaba en conjunto para construir un universo de significados que consolidaba la figura de Hitler como el único líder capaz de guiar al pueblo alemán hacia su renacimiento. La manipulación de estos signos no solo se limitaba

al discurso hablado, sino que también se extendía a los medios de comunicación, el cine, las manifestaciones públicas y los carteles propagandísticos, donde cada imagen, cada color y cada palabra estaban diseñados para reforzar la misma narrativa totalitaria y movilizadora.

Desde el punto de vista pragmático, el discurso de Hitler se configura como una herramienta persuasiva cuidadosamente diseñada, donde la claridad y la simplicidad no solo cumplen con la función de facilitar la comprensión del mensaje, sino que también refuerzan la imagen de un líder fuerte y capaz. La elección de un estilo directo y accesible actúa como un medio para proyectar la figura de Hitler como un hombre del pueblo, cercano y dispuesto a tomar decisiones claras y sin ambigüedades. Esta aparente sencillez, lejos de ser una limitación, se convierte en un recurso de poder, pues al presentarse de manera tan accesible, el Führer logra consolidar su imagen como el líder decisivo capaz de guiar a Alemania hacia la recuperación y el renacimiento nacional. En su famoso discurso del 30 de enero de 1939, Hitler declara: "La propagación de la mentira, el caos y la inmoralidad nunca será aceptada por el pueblo alemán" (Hitler, 1939). La estructura gramatical simple de la frase, junto con su tono afirmativo y categórico, tiene la intención de transmitir una sensación de resolución y certeza. El uso de un lenguaje directo y enfático refuerza la imagen de un líder firme, decidido a tomar el control del destino del país sin titubeos. La repetición de frases cortas y contundentes en sus discursos también contribuye a la creación de una atmósfera de acción inmediata, apelando a la urgencia de la situación y justificando las medidas extremas que se implementarán. Además, la elección de este tipo de discurso se vincula con una forma de "legitimación pragmática" que busca mostrar al Führer como el único capaz de enfrentar los desafíos de la nación. Esta estrategia de comunicación busca no solo ganar la aceptación del pueblo alemán, sino también consolidar el poder absoluto del líder al presentarlo como una figura providencial, indispensable para la unidad y la recuperación del país. En términos pragmáticos, la simplicidad y la claridad del mensaje son una forma de apelar a la necesidad de un líder fuerte que se

percibe como cercano y confiable, cualidades que contribuyen a la creación de una imagen positiva y poderosa del régimen nazi.

Los recursos retóricos en los discursos de Hitler desempeñan un papel fundamental en la construcción de su mensaje ideológico y en la consolidación de su imagen como líder indiscutido. Entre los recursos más destacados se encuentra la antítesis, que se utiliza para contrastar ideas aparentemente opuestas, pero que al final se presentan como complementarias. En este caso, la antítesis entre la "sencillez" en el estilo de comunicación y la "capacidad política" se convierte en una herramienta persuasiva. A través de este recurso, Hitler no solo enfatiza la importancia de un mensaje claro y directo, sino que también sugiere que la sencillez no está reñida con la habilidad política, sino que, por el contrario, es un reflejo de la claridad y decisión que debe caracterizar a un líder. Esta estrategia retórica tiene como fin no solo la simplificación del mensaje, sino también la asociación de estas cualidades con la autoridad y la eficacia del líder, otorgando a la "sencillez" un valor político positivo. Un ejemplo de esta antítesis puede observarse en el discurso de Hitler en 1933, donde declara: "El pueblo alemán no necesita discursos complicados ni promesas vacías; necesita acción, claridad y decisión" (Hitler, 1933). Aquí, la contrastación entre la complejidad de los discursos y la claridad de las decisiones refleja su mensaje de que la política efectiva no debe enredarse en discursos sofisticados, sino ser directa y comprensible para el pueblo. En este contexto, la sencillez se presenta como un valor asociado a la eficacia política, lo que hace que esta figura de discurso se convierta en un pilar de la imagen del Führer. Otro recurso retórico clave es la anáfora, que consiste en la repetición de una misma palabra o expresión al inicio de frases o versos consecutivos. Hitler recurre a la anáfora como una técnica para enfatizar puntos clave y para crear un ritmo persuasivo que aumente la memorabilidad del mensaje. La repetición del término "sencillez" a lo largo de sus discursos es un ejemplo claro de esta técnica. Al reiterar este concepto, Hitler no solo refuerza su importancia dentro de su discurso, sino que también consigue internalizar en la audiencia la idea de que la sencillez no es una debilidad, sino una virtud esencial para un liderazgo efectivo. Un

fragmento representativo de esta repetición es: "La sencillez en la palabra, la sencillez en los actos, la sencillez en la política. Solo con la sencillez alcanzaremos nuestra grandeza" (Hitler, 1933). A través de esta anáfora, el término se convierte en un principio rector de su ideología política, promoviendo la idea de que solo a través de la claridad y la accesibilidad se puede lograr el renacimiento de la nación. Estos recursos retóricos, utilizados estratégicamente, no solo sirven para estructurar y dar forma al discurso, sino que también refuerzan su efectividad al apelar a las emociones y valores del público. La antítesis entre sencillez y capacidad política, y la repetición anafórica del término "sencillez", operan como elementos que fortalecen el mensaje ideológico del régimen nazi, alineando la figura de Hitler con las cualidades de un líder accesible, claro y decisivo.

El círculo de la comunicación es simple. La sintonía se establece a través del *rapport*, *leading* y la calibración. Esto es:

Rapport significa "acompañar" con la finalidad de establecer una empatía con la/s persona/s con la/s que nos comunicamos que facilite la comunicación ya que proporciona el contexto de afectividad adecuado. El rapport es un proceso que permite crear un vínculo de confianza y empatía con el interlocutor, facilitando la comunicación y generando un ambiente propicio para la transmisión de información. Es fundamental tener en cuenta que el rapport no se trata de imitar a la otra persona, sino de encontrar un punto de conexión para generar una comunicación auténtica y fluida.

Leading significa "guiar" a una persona. Este proceso es útil cuando nuestro interlocutor se encuentra en un mal estado. Así, vamos sacando de ese estado mental a los individuos y se utiliza para guiar a la persona en una dirección determinada, especialmente cuando esta se encuentra en un estado emocional negativo. El objetivo del leading es ayudar a la persona a salir de su estado mental y guiarla hacia un estado más positivo y productivo.

Calibrar a una persona significa conocer, a través de su lenguaje no verbal y verbal su estado interno, es decir, su estado de ánimo y tenerlo en cuenta en el proceso de comunicación.

También es muy útil para confirmar si estamos realizando correctamente el *Rapport* y el *Leading*. He de mencionar que en nuestra cultura el término "manipular" está asociado a una acción negativa pero que no debemos olvidar que también es posible manipular positivamente y este es el ideal de la PNL puesto que la influencia entre un individuo y otro es inevitable. Sin embargo, la idea central de Hitler era lograr la manipulación y completa sumisión de los individuos a su doctrina.

Hitler utilizó la ley de la espoleta para abordar la cuestión de la guerra en sus discursos. Consciente de que este tema era espinoso y delicado para el pueblo alemán después de la Primera Guerra Mundial, Hitler aprovechó las fobias comunes y tradicionales de la población para espolearlas y movilizarlas a favor de sus intereses. Así, utilizó un discurso emocional que apelaba a la gloria y el honor de la nación, y que señalaba a los judíos y otros enemigos como responsables de la derrota alemana en la Gran Guerra. De esta manera, Hitler logró movilizar a las masas y consolidar su poder a través del uso de la propaganda. Este principio de la propaganda, la ley de la espoleta también es comúnmente utilizado en la publicidad y el marketing moderno.

> Fundamentalmente equivocado fue el insinuar, cada vez que se discurría acerca de la culpabilidad de la guerra; que no podía culparse de la catástrofe a Alemania sola; lo acertado hubiera sido hacer recaer sin cesar esta responsabilidad sobre el enemigo únicamente, aun cuando esto no coincidiera con la realidad de los hechos como era, no obstante, la verdad. [162]

El discurso analizado presenta una serie de elementos que permiten un análisis exhaustivo de la retórica utilizada por Hitler. En primer lugar, desde el punto de vista semántico, se observa el uso de términos relacionados con la culpa y la responsabilidad en

[162] Ibíd. páginas 92-93.

la guerra. En este sentido, se puede apreciar que la idea principal del discurso se centra en la necesidad de hacer recaer la culpa de la guerra únicamente sobre el enemigo. De esta manera, se utiliza un lenguaje que busca simplificar la complejidad de la situación, buscando una explicación sencilla a un problema complejo. Por otro lado, desde un punto de vista semiótico, se aprecia el uso de elementos que buscan enfatizar la importancia de la idea central del discurso. En este sentido, se utiliza la repetición de la idea de culpar únicamente al enemigo, lo que permite reforzar la importancia de esta idea en la mente del receptor. Además, se utilizan términos como "catástrofe" y "verdad", que buscan establecer un contraste entre lo que se considera correcto y lo que se considera equivocado. En cuanto a los elementos retóricos, se aprecia el uso de antítesis, es decir, la contraposición de dos ideas opuestas, como en la frase "Fundamentalmente equivocado fue el insinuar, cada vez que se discurría acerca de la culpabilidad de la guerra; que no podía culparse de la catástrofe a Alemania sola". Asimismo, se puede observar el uso de la repetición de términos, como en la idea de hacer recaer la responsabilidad sobre el enemigo "sin cesar". También se emplea una estructura de oración en la que se presenta una idea y se desarrolla en la siguiente, como en la frase "lo acertado hubiera sido hacer recaer sin cesar esta responsabilidad sobre el enemigo únicamente, aun cuando esto no coincidiera con la realidad de los hechos como era, no obstante, la verdad". En términos pragmáticos, se puede analizar la intención del discurso, que busca establecer una verdad única y simplista para justificar la posición del régimen nazi ante la guerra. Se trata de un discurso que busca manipular las emociones y los prejuicios de la audiencia, estableciendo una idea clara de lo que se considera correcto e incorrecto, y presentando al enemigo como el único culpable de la guerra. En este sentido, se puede apreciar el uso de un lenguaje persuasivo, que busca generar un efecto en el receptor. Cabe destacar que una fobia es un "ancla"[163] negativa llevada al límite. Una fobia desencadena una reacción irracional. La persona está totalmente fuera de control y fuera de la racionalidad porque está asociada a la experiencia; es decir, no hay

[163] En el sentido ausubeliano.

forma de convencer a los individuos que estarán bien. No hay argumento que sirva para dar tranquilidad. La mente del/los individuos/s se enfoca absolutamente en su miedo dado que es como si fuera lo más real en ese momento. La vida de cada persona se mueve por diferentes espacios y situaciones, ya sean físicos y mentales. Muchas veces estos se repiten y marcan una respuesta recurrente en la persona tanto de acción como emotiva, o es tan fuerte un solo hecho o situación que me dejan marcado con esta experiencia. En la teoría de la PNL, estas respuestas emocionales intensas y recurrentes son conocidas como "anclajes". Los anclajes son asociaciones entre una experiencia específica y una respuesta emocional o conductual. Pueden ser positivos o negativos y pueden ser conscientes o inconscientes. La técnica de la PNL busca identificar estos anclajes y, en caso de que sean negativos, reemplazarlos con anclajes positivos. Esto se puede lograr mediante la creación de una nueva asociación positiva entre una experiencia específica y una respuesta emocional o conductual. Por ejemplo, si alguien tiene una fobia a los perros debido a una experiencia traumática en el pasado, se podría utilizar la técnica de anclaje para asociar perros con experiencias positivas, como la compañía de un perro amigable y cariñoso. En Programación Neurolingüística hay una técnica específica para tratar con fobias que empleada a medias o mal empleada puede ser totalmente contraproducente para el individuo. Es importante que la paciente ingrese en la experiencia de la fobia para lograr un cambio, no obstante, como es una sensación tan intensa, y no se desea reafirmar esta sensación por repetición, esto se hace disociando a la persona para que pueda recordar la experiencia inicial, que le causó el trastorno, sin sufrir las sensaciones de angustia y miedo. Y en segunda instancia se disocia por segunda vez para aligerar aun más el recuerdo negativo. Al no ser protagonista del evento negativo, sino más bien, convertirse en observador del observador, mitiga la angustia y el miedo. Al tener al paciente más en control, es más fácil trabajar y hacer un retro rastreo al pasado para empezar a eliminar esa ancla-recuerdo-sensación desagradable. Sin embargo, Hitler no se interesó por disociar a sus escuchas de dicha sensación intensa, sino que la reforzó una y otra vez mediante un sinfín de

repeticiones generando en las masas la impresión de completo desamparo.

El tercer principio de la propaganda es la ley de la simpatía, *Rapport*. Las opiniones no se combaten con opiniones ni los argumentos lógicos con argumentos, opiniones y argumentos se combaten con provocaciones dirigidas directamente a los sentimientos: La ley de la simpatía, también conocida como Rapport, es un principio fundamental en la propaganda. Se trata de una técnica que busca establecer una conexión emocional entre el emisor del mensaje y su audiencia, generando así un sentimiento de empatía y confianza que permita persuadir a los individuos de manera más efectiva. En este sentido, se busca apelar a las emociones y no a la razón, ya que se considera que las opiniones y argumentos pueden ser más fácilmente rebatidos o ignorados. Por ello, se utilizan provocaciones que buscan generar una respuesta emocional en la audiencia, de manera que se pueda manipular su percepción y actitudes hacia determinado tema. De esta manera, la ley de la simpatía se basa en la idea de que las personas son más propensas a aceptar un mensaje o idea si sienten que tienen una conexión emocional con quien lo presenta. En el contexto de la propaganda política, por ejemplo, se busca generar un vínculo emocional entre el líder y su audiencia, de manera que los individuos se sientan identificados con él y estén más dispuestos a aceptar sus ideas y propuestas. Es importante señalar que la ley de la simpatía también puede ser utilizada de manera manipulativa y peligrosa, como ocurrió en el caso de Hitler y su propaganda nazi. En este sentido, se busca aprovechar las emociones y sentimientos más básicos y primitivos de los individuos para generar una adhesión ciega a una ideología o líder político, sin importar los valores y principios que ésta pueda violar.

> He aquí uno de los deberes del movimiento nacionalsocialista. Este necesita enseñar a nuestro pueblo a despreciar las fruslerías y dirigir los ojos hacia lo verdaderamente grande, a no dividirse y reñir a consecuencia de cuestiones secundarias y a

> no olvidar jamás que el propósito por el cual ahora estamos luchando representa la existencia misma de nuestra nación y que el único enemigo a quien debemos castigar es a la fuerza que perpetuamente pretende sofocarnos. [164]

En el discurso anterior, pronunciado por Hitler, se pueden analizar diversos aspectos del lenguaje. En cuanto a su semántica, se observa una clara apelación a la idea de la grandeza y la unidad nacional, utilizando palabras como "verdaderamente grande", "nuestra nación" y "existencia misma". Además, se presenta una clara identificación del enemigo, caracterizado como una fuerza que pretende sofocar al pueblo alemán. Desde una perspectiva semiótica, se puede apreciar el uso de elementos visuales en la argumentación, al referirse a la necesidad de "dirigir los ojos" hacia lo importante y no dividirse por "cuestiones secundarias". Asimismo, se hace alusión al movimiento nacionalsocialista como un ente que debe "enseñar" al pueblo alemán, sugiriendo un papel de liderazgo y control. Pragmáticamente, el discurso busca convencer a la audiencia de la importancia de la unidad y la lucha contra un enemigo común. Se utilizan expresiones como "uno de los deberes" y "el propósito por el cual ahora estamos luchando" para enfatizar la relevancia de la causa nacionalsocialista. Además, se hace un llamado a la acción al señalar que el único enemigo a quien se debe castigar es la fuerza que amenaza a la nación alemana. En cuanto a los elementos retóricos, se puede identificar el uso de anáforas, como en el caso de "a no dividirse y reñir", que busca enfatizar la importancia de la unidad. También se hace uso de antítesis al contraponer "fruslerías" y "lo verdaderamente grande", lo que sugiere una jerarquización de valores. En general, el discurso busca persuadir al público alemán de la necesidad de mantenerse unidos y luchar contra un enemigo común para proteger la existencia misma de la nación.

La ley de la síntesis es el cuarto principio. Puesto que la intuición es más poderosa que la razón, la síntesis es más

---

[164] Ibíd. Páginas 304-305.

importante que el análisis. Los discursos de Hitler se desvían con frecuencia hacia particularidades, muestran grandes saltos en la concatenación de ideas, carecen de una lógica rigurosa pero siempre finalizan con la demostración de la tesis que había planteado en un comienzo. La esencia del proceso de aprendizaje significativo reside en que ideas expresadas simbólicamente son relacionadas de modo no arbitrario y sustancial (no al pie de la letra) con lo que el individuo ya sabe. Por relación sustancial y no arbitraria queremos decir que las ideas se relacionan con algún aspecto existente específicamente relevante de la estructura cognoscitiva del individuo, como una imagen, un símbolo ya significativo, un concepto o una proposición. [165] El principio de la síntesis en la propaganda y en la retórica es una técnica utilizada para persuadir a las masas a través de la asociación de ideas y emociones. Consiste en presentar una idea principal y luego, mediante la asociación libre de ideas, llegar a una conclusión que sea favorable a la posición del orador. En el caso de los discursos de Hitler, se puede observar cómo él utilizaba esta técnica para conectar temas aparentemente dispares y llegar a conclusiones que apoyaran su ideología y agenda política. Además, al hacerlo de manera emocional y apasionada, lograba que la audiencia se sintiera conectada a su discurso y le siguiera en sus ideas y propuestas. En el proceso de aprendizaje significativo, la síntesis también es una técnica importante para conectar conceptos previos con nuevos conceptos y así lograr una comprensión más profunda y significativa de la información. Es importante destacar que la síntesis debe ser sustancial y no arbitraria, es decir, debe tener un sentido lógico y coherente en relación con los conocimientos previos del individuo. La ley de la síntesis en la propaganda y en el aprendizaje significativo es una técnica importante para conectar ideas y emociones y lograr una comprensión profunda y significativa de la información.

El quinto principio es la ley de la sorpresa o evidencia de que la más eficaz mentira es una verdad a medias. Es cierto que Hitler afirmaba que el sentimiento no acepta medias verdades ni mentiras a medias. Sin embargo, también es cierto que utilizaba

---

[165] AUSUBEL-NOVAK-HANESIAN: Ob. Cit. página 55.

técnicas de manipulación y engaño en su propaganda. Por ejemplo, utilizaba argumentos que parecían lógicos y razonables pero que en realidad ocultaban su verdadera intención, o presentaba información parcial o sesgada para manipular la opinión pública. Es posible que Hitler rechazara abiertamente la idea de la mentira a medias porque consideraba que eso iba en contra de la imagen que quería proyectar de sí mismo como un líder fuerte y honesto. Pero en la práctica, su propaganda y discurso político a menudo utilizaban técnicas de manipulación que involucraban verdades a medias o mentiras parciales. Este es un aspecto que Hitler parecía tener presente:

> Un error fundamental (durante la I Guerra Mundial) fue el de mostrar al adversario a la luz del ridículo, forma de propaganda a la que se consagraron con ahínco las revistas humorísticas de Austria y Alemania; y fue errónea porque cuando daba realmente en el blanco servía para que nuestros hombres se formasen una impresión completamente equivocada del enemigo; porque el soldado alemán bajo la impresión directa de la capacidad de resistencia del adversario, comprobaba que había sido engañado hasta aquel momento. 166 Tanto en el aprendizaje de conceptos como en el de proposiciones, la información nueva se vincula o afianza con los aspectos pertinentes de la estructura cognoscitiva existente en el individuo. A este proceso de vinculación, se le llama inclusión. El surgimiento de nuevos significados, refleja una relación subordinada del material nuevo con el anterior. Esto implica la inclusión de proposiciones en ideas más amplias y generales de la estructura existente, y esto a su vez, produce, la organización jerárquica de la estructura cognoscitiva. La sexta ley es la de la repetición. Sobre la importancia de la

[166] Ibíd. Página 91.

> reiteración extrema del mensaje para lograr su eficacia y retención ya hemos insistido anteriormente. El lenguaje es muy poderoso porque afecta directamente nuestros pensamientos que están ligados a nuestras emociones. Si alguien nos dice: "Todo lo haces mal" o "siempre te equivocas". Automáticamente construiremos una imagen nuestra haciendo las cosas mal y equivocándonos y eso tendrá una repercusión en nuestros errores. Estas emociones negativas afectarán nuestro ánimo, autoestima y capacidades hasta llegar a convencernos que realmente es de esta forma, aunque en realidad sea todo lo contrario o al menos matizado. Según los autores Pratkanis y Aronson, Hitler despreciaba la escasa capacidad de las masas para comprender los acontecimientos circundantes. Para ellos, Hitler pensaba que la gente solo sabe desenvolverse en la vía periférica de la persuasión. Dirán que la propaganda efectiva solo descansa en la heurística y apela a las emociones. En buena medida, su efecto [el de la propaganda] debe apuntar a las emociones y tan solo en un grado muy limitado al llamado intelecto. Hay que evitar recurrir en exceso al razonamiento lógico de nuestra gente. La receptividad de las grandes masas es muy limitada, su inteligencia escasa, pero en cambio, tiene una enorme capacidad para olvidar las cosas. Como consecuencia de todo ello, la propaganda debe ceñirse a unos cuantos puntos y machacar estos eslóganes hasta que el último ciudadano de esa audiencia entienda que es lo que queremos que comprenda con ese eslogan que le proponemos. 167

En el discurso de Hitler se pueden identificar varios elementos retóricos y estrategias de persuasión que le permiten

[167] HITLER en: PRATKANIS, Anthony. ARONSON, Elliot: Ob. Cit., página 338-339.

transmitir sus ideas de manera efectiva. En cuanto a la semántica, el líder alemán utiliza una retórica clara y contundente. En su discurso, emplea palabras y frases simples, que son fáciles de entender y que buscan impactar en la audiencia. Además, en este fragmento se pueden observar algunos elementos semánticos como antítesis. Por ejemplo, cuando compara la forma en que los soldados alemanes veían al enemigo antes y después de la propaganda basada en el ridículo. En el nivel semiótico, se puede observar cómo Hitler utiliza algunos símbolos y señales que buscan reforzar su mensaje y su imagen ante la audiencia. Por ejemplo, su lenguaje corporal y la forma en que se dirige a la multitud le permiten transmitir un mensaje de autoridad y determinación. También es posible observar cómo utiliza ciertos símbolos, como el uniforme militar y la bandera alemana, para reforzar su imagen y su mensaje. En cuanto a la pragmática, Hitler utiliza estrategias de persuasión para tratar de convencer a la audiencia de su punto de vista. En este caso, utiliza la técnica de la repetición, que consiste en reiterar varias veces un mensaje o una idea para lograr que se fije en la mente de la audiencia. También se puede observar cómo utiliza la técnica de la inclusión, que consiste en relacionar la información nueva con la estructura cognoscitiva existente en el individuo. De esta manera, el mensaje se vincula con los aspectos pertinentes de la estructura cognoscitiva del individuo, lo que le permite afianzarse y organizarse de manera jerárquica. En cuanto a los elementos retóricos, se puede observar la utilización de la anáfora, que consiste en repetir una palabra o frase al principio de cada una de las frases del discurso. En este caso, el líder alemán utiliza la frase "nuestro pueblo" para reforzar la idea de que su mensaje es para todos los alemanes y que deben estar unidos en la lucha. También se pueden observar algunas metáforas, como cuando habla de "dirigir los ojos hacia lo verdaderamente grande", lo que sugiere que deben dejar de lado las fruslerías y enfocarse en lo importante. En conclusión, el discurso de Hitler muestra una retórica clara y contundente que utiliza diversos elementos retóricos y estrategias de persuasión para convencer a la audiencia. Su mensaje se enfoca en la necesidad de unir a la nación alemana en la lucha y reforzar su identidad, utilizando símbolos y señales que refuerzan su imagen y su mensaje. La técnica de la repetición

es un poderoso recurso utilizado en la propaganda y la persuasión. Joseph Goebbels, ministro de propaganda de Adolf Hitler, comprendió la importancia de esta técnica y la aplicó de manera efectiva en la difusión del mensaje nazi. Sin embargo, también era consciente de que la repetición debe ser orquestada para evitar la monotonía y mantener la atención del público. Además, Goebbels entendió que la repetición constante de una idea podría moldear la percepción de la realidad de las personas, incluso hasta el punto de que puedan aceptar una falsedad como verdad. Esto se relaciona con el concepto de la construcción social de la realidad, en el que las ideas y percepciones que se repiten constantemente en una sociedad pueden llegar a ser aceptadas como verdades incuestionables.[168]

Más claro presenta Hitler este aspecto cuando escribe:

(…) el éxito de un anuncio, así sea comercial o político, se debe a la persistencia y asiduidad con que se emplea (…) [169]

En definitiva, la acción sistemática comprende tanto la reiteración de un mensaje en el tiempo como la repetición constante de un mismo contenido. Para estos autores, Joseph Goebbels comprendió muy bien este principio, la saturación propagandística se ve reflejada en sus observaciones, tal como la reproducimos a continuación:

El orden y repetición suelen ser más primitivos de lo que pensamos. Por ello, la propaganda debe ser esencialmente sencilla y repetitiva. A largo plazo, solo conseguirá buenos resultados en términos de influencia en la opinión pública quien sea capaz de reducir los problemas a los términos más sencillos y tenga el valor

---

168 GOEBBELS, Joseph en: PRATKANIS, Anthony. ARONSON, Elliot : Ob. Cit. página 77.

169 HITLER, Adolf. Ob. Cit. página 94.

de seguir repitiéndolos siempre de la forma más simple, a pesar de las protestas de los intelectuales. [170]

La séptima ley es la de la saturación y el desgaste que, en buena parte, es consecuencia de las anteriores. O sea que la continua repetición llevará a la saturación de los oyentes que terminarán por creer que la propuesta propagandística es parte de su opinión. En el contexto del nazismo y su aplicación, la ley de la saturación y el desgaste fue un principio propagandístico clave utilizado por el régimen para imponer su ideología en la sociedad alemana. Joseph Goebbels, el ministro de propaganda del régimen, aplicó de manera efectiva esta ley a través de la repetición constante y sistemática de mensajes nacionalistas, antisemitas y racistas, con el objetivo de normalizar y naturalizar estas ideas en la mente de los ciudadanos alemanes. Esta técnica de saturación y desgaste fue particularmente eficaz en la promoción de la idea de la superioridad racial aria y la justificación del exterminio de judíos y otros grupos considerados "inferiores". A través de la repetición constante de estas ideas, el régimen nazi logró convencer a gran parte de la población alemana de que estos actos eran necesarios para el bienestar y la seguridad de la nación. La ley de la saturación y el desgaste fue una herramienta clave utilizada por el régimen nazi para imponer su ideología y manipular la opinión pública alemana. La repetición constante y sistemática de mensajes propagandísticos permitió al régimen normalizar y naturalizar ideas peligrosas y extremistas en la sociedad alemana. Un ejemplo académico de la ley de saturación y desgaste en la propaganda podría ser el uso repetido y constante de ciertos términos o frases por parte de los líderes del partido nacionalsocialista en Alemania durante la década de 1930. Por ejemplo, el término "raza aria" fue utilizado con frecuencia en la propaganda nazi para justificar la superioridad racial de los alemanes y su derecho a dominar sobre otros pueblos. Este término fue repetido constantemente en discursos, libros, periódicos y otros medios de comunicación nacionalsocialistas,

---

[170] GOEBBELS en: Ibid., página 184.

hasta el punto de que se convirtió en una parte integral de la propaganda nazi y se asoció fuertemente con el partido. Al utilizar la ley de saturación y desgaste, los líderes nazis lograron que la idea de la superioridad de la raza aria fuera ampliamente aceptada por muchos alemanes, quienes llegaron a creer que era su propia opinión. La propaganda nazi también utilizó la repetición constante de otros términos, como "traición" y "enemigo del pueblo", para demonizar a los oponentes políticos y justificar la persecución y eliminación de aquellos considerados como una amenaza para el partido.

El octavo principio es la ley de la dosificación. La ley de la dosificación se refiere a la importancia de mantener una presencia constante en los medios de comunicación para reforzar una imagen o mensaje en la mente de las personas. En el caso del régimen nazi, Joseph Goebbels utilizó esta ley para promover la figura de Hitler y su ideología en todos los medios posibles, con el objetivo de consolidar la imagen de Hitler como el líder mesiánico y el salvador de Alemania. Esta estrategia propagandística se basa en la teoría de la retención, que sostiene que la mente humana no está diseñada para almacenar a largo plazo asociaciones arbitrarias, por lo que la retención de los aprendizajes repetitivos es relativamente breve. Por lo tanto, para que una idea o mensaje se retenga por un período extenso de tiempo, es necesario mantenerlo activo en la mente de las personas mediante su dosificación constante en los medios de comunicación. Es una estrategia propagandística utilizada por el régimen nazi para consolidar la figura de Hitler como líder mesiánico y salvador de Alemania, mediante la presencia constante en los medios de comunicación y la dosificación constante del mensaje en la mente de las personas. Esta estrategia se basa en la teoría de la retención, que sostiene que la mente humana no está diseñada para almacenar a largo plazo asociaciones arbitrarias, por lo que es necesario mantener el mensaje activo en la mente de las personas mediante su repetición constante en los medios de comunicación. [171] Un ejemplo de la ley de la dosificación en la propaganda nazi sería la constante presencia de la imagen y el mensaje de Hitler en

[171] AUSUBEL-NOVAK-HANESIAN: Ob. Cit. página 120.

todos los medios posibles. Desde carteles en la calle hasta discursos en la radio, Hitler y su imagen eran omnipresentes en la Alemania nazi. Además, la propaganda nazi utilizó también medios como películas, libros, periódicos y revistas para difundir su mensaje.

Por último, la ley de la orquestación. Ya nos hemos referido a la defensa que Goebbels hacía de la reiteración del mensaje, pero de forma orquestada para que no derivara en un discurso monótono. Por ello, es necesario adecuar su estructura y presentación al medio o canal por el que se pretenda difundir. Son, por lo tanto, nueve leyes que sintetizan las pautas propagandísticas que se emplearon durante la I Guerra Mundial, leyes que Hitler supo aplicar con maestría. Pero junto a éstas, la propaganda se vale de una serie de técnicas de las que también hizo uso el régimen *nazi*, algunas de ellas ya las hemos presentado, otras a continuación pasaremos a resumirlas. Es importante tener en cuenta que la ley de la orquestación se refiere a la adaptación del mensaje al medio o canal de comunicación utilizado para su difusión. Por ejemplo, durante el régimen nazi, la propaganda fue difundida a través de diversas formas de medios, como periódicos, radio, cine, propaganda visual y discursos públicos. Cada uno de estos medios fue utilizado de manera diferente para transmitir el mensaje nazi de acuerdo con su capacidad de alcance y su efectividad en la audiencia específica a la que se dirigía. Por ejemplo, los periódicos nacionalsocialistas como el Völkischer Beobachter se centraban en noticias falsas y propaganda antisemita para incitar el odio contra los judíos, mientras que los discursos públicos de Hitler y otros líderes nazis se centraban en temas más amplios, como la superioridad de la raza aria y la necesidad de la guerra para la expansión del Tercer Reich. Además, la propaganda visual se utilizó para mostrar la belleza y grandeza del régimen nazi, mientras que el cine se utilizó para producir películas que promovían la ideología nacionalsocialista, como la película de propaganda antisemita "El judío eterno". Todas estas técnicas propagandísticas fueron utilizadas con el fin de asegurar la difusión y aceptación del mensaje nazi en diferentes segmentos de la sociedad alemana.

4.3. Técnicas y usos propagandísticos

La primera de estas técnicas es el empleo de estereotipos. Etiquetar a los individuos suele ser una costumbre muy utilizada entre los seres humanos. El periodista Konrad Heiden que estudió detenidamente a Hitler durante diez años, nos ha dejado un análisis notable de Hitler antes de convertirse en el *Führer*:

> Hitler expresó con una seguridad intachable el pánico mudo de unas masas a las que se enfrentaba un enemigo invisible y puso un nombre al espectro que carecía de él. Fue un fragmento puro del alma de la masa moderna, no enturbiada por cualidades personales. Apenas si se necesita preguntar con que artes conquistó a las masas; no las conquistó, las retrató y las representó. Sus discursos son ensueños de esta alma de la masa; son caóticos, están llenos de contradicciones, si se toman literalmente sus palabras, con frecuencia sin sentido como los sueños y sin embargo cargadas de un sentido más profundo. (…) Hitler ha dado voz al terror mudo de la masa moderna y le ha dado un nombre al miedo mudo. Eso le convierte en el orador de masas más grande de la era de las masas. [172].

Formamos una determinada imagen de una persona que con el paso del tiempo se consolida y se presenta como real, aunque inicialmente surja de la imaginación o de unas primeras y ligeras impresiones. De esta forma, la raza aria era considerada por Hitler, por sus cualidades de inteligencia y organización, como la raza fundadora de la cultura. Afirmaba que, incluso para la actitud del idealismo, propia de la raza aria, para la disposición a la obediencia, existe una expresión en la lengua alemana *Pfliche Orfuellung*. El antípoda del ario es el judío, cuya capacidad intelectual es el fruto de la educación recibida por los extranjeros;

[172] BURLEIGH, Michael. Ob. Cit. Página 131.

los judíos se mueven únicamente, según Hitler, por el puro interés personal, son usureros por naturaleza y portadores de todo tipo de enfermedades. Es así como Hitler propagó su antisemitismo en cada oportunidad que se le presentaba. En uno de sus tristemente célebres comentarios hacía culpable al gobierno de la pérdida de alemanes en la guerra, decía:

> Si al principio de la guerra y durante la guerra se hubiese sometido a doce o quince mil de estos hebreos corruptores del pueblo al gas asfixiante, como les sucedió a centenares de miles de nuestros mejores obreros alemanes en el campo de batalla, el sacrificio de millones en el frente no habría sido en vano. Doce mil alimañas eliminadas a tiempo podrían haber salvado, sin embargo, las vidas de un millón de alemanes reales, valiosos para el futuro. [173]

El discurso seleccionado pertenece a Adolf Hitler, líder del Partido Nazi alemán, y se pronunció en 1942 en una reunión del Partido. En el mismo, Hitler hace una defensa del uso del gas como método para eliminar a los judíos, a los que considera "corruptores del pueblo". Desde una perspectiva semántica, se puede observar que el discurso utiliza términos altamente peyorativos para referirse a la comunidad judía, tales como "corruptores del pueblo" y "alimañas". Estos términos denotan una fuerte carga emocional y una clara intención de deshumanizar y degradar a las personas a las que se refiere. En cuanto a la semiótica, se observa una clara intención por parte de Hitler de utilizar símbolos y signos que refuercen su mensaje de odio y discriminación. La alusión al "gas asfixiante" es un ejemplo de ello, ya que se trata de una forma particularmente cruel y violenta de eliminar a los judíos. Asimismo, la comparación entre los judíos y las "alimañas" sugiere que estos últimos son una plaga que debe ser exterminada. Desde el punto de vista pragmático, se

---

[173] Ibídem. Página 131.

puede inferir que el discurso busca justificar la eliminación de los judíos en nombre del bien común. Se sugiere que la eliminación de los judíos podría haber evitado la muerte de millones de alemanes en el campo de batalla, lo que constituye una clara estrategia para generar apoyo popular a la causa nazi. Finalmente, desde el punto de vista de la retórica, se observan diversas técnicas utilizadas por Hitler para persuadir a su audiencia. En particular, se puede observar el uso de antítesis al contraponer la figura del "hebreo corruptor del pueblo" con la del "alemán real, valioso para el futuro". Asimismo, el uso de anáforas, tales como "doce o quince mil de estos hebreos" y "un millón de alemanes reales", contribuyen a enfatizar la idea central del discurso.

La técnica de empleo de estereotipos es comúnmente utilizada en la propaganda, y se basa en la creación de una imagen preconcebida de un grupo de personas, a menudo con características exageradas y simplificadas, que puede ser utilizada para apelar a ciertas emociones o prejuicios. Los estereotipos pueden ser tanto positivos como negativos, pero en el contexto de la propaganda, se suelen utilizar los negativos para crear una imagen negativa de un grupo específico y desacreditar su credibilidad o legitimidad. En el caso del nazismo, los estereotipos eran una técnica muy utilizada para crear una imagen negativa de los grupos considerados enemigos del régimen, como los judíos, los homosexuales, los gitanos, entre otros. A través de la creación de una imagen simplificada y exagerada de estos grupos, los nazis lograron persuadir a gran parte de la población alemana de que estos grupos eran una amenaza para la nación y debían ser excluidos o eliminados. Conjuntamente, la propaganda nazi también utilizó estereotipos positivos para crear una imagen idealizada del "hombre ario", representado como un individuo fuerte, valiente, trabajador y disciplinado. Este estereotipo se utilizó para crear una imagen positiva del régimen nazi y de la figura de Hitler, presentándolo como un líder carismático y ejemplar, capaz de liderar a la nación hacia la grandeza y la victoria. El uso de estereotipos es una técnica propagandística que busca simplificar y exagerar la imagen de grupos específicos para crear una imagen negativa o positiva en la audiencia. En el caso del nazismo, se utilizó principalmente para crear una imagen

negativa de los grupos considerados enemigos del régimen y una imagen positiva del líder y del ideal ario.

La segunda técnica empleada en la propaganda nazi es la simplificación y la falsa dicotomía. Esta técnica se basa en presentar la realidad de forma maniquea y simplista, reduciendo la complejidad de los problemas a una dicotomía en la que solo existen dos opciones: una buena y otra mala, una verdadera y otra falsa. El régimen nazi aplicó esta técnica para justificar sus políticas y acciones a través de una presentación simplificada y polarizada de los problemas. Por ejemplo, presentó a los judíos como una amenaza para la pureza racial y la seguridad del pueblo alemán, reduciendo la complejidad de las causas reales de los problemas que aquejaban a Alemania en ese momento. La simplificación y la falsa dicotomía permitieron a los líderes nazis manipular y controlar la opinión pública, ya que presentaban soluciones aparentemente simples a problemas complejos, eliminando cualquier posibilidad de debate o cuestionamiento de sus políticas. Esto les permitió mantener el control del poder y la lealtad de la población. Es importante destacar que esta técnica de simplificación y falsa dicotomía no es exclusiva de la propaganda nazi, sino que es utilizada en muchos contextos políticos y sociales para manipular y controlar la opinión pública. Es fundamental que las personas estén alertas y críticas ante esta técnica para no caer en la trampa de una presentación simplificada y polarizada de la realidad.

"La técnica de transferencia es quizás el más importante de todos los medios utilizados en la propaganda. A través de la transferencia, el objeto o símbolo de la propaganda adquiere el significado de algo con lo que se identifica la audiencia. La transferencia se aprovecha de la tendencia natural de las personas a asociar cosas con otros objetos o ideas. La efectividad de la transferencia en la propaganda depende de la habilidad del propagandista para establecer vínculos emocionales con el público

y hacer que su mensaje se convierta en parte de la experiencia personal del individuo" (Lasswell, 1927)[174].

La tercera técnica utilizada por la propaganda es la simplificación excesiva. Consiste en presentar los problemas de manera simplificada, reduciendo la complejidad de estos a una explicación simple y fácilmente comprensible para el público, aunque esta explicación no sea del todo precisa o completa. Esta técnica se utiliza para convencer al público de una idea sin tener que recurrir a una argumentación detallada y compleja. Esta técnica fue utilizada por el régimen nazi para justificar la persecución y exterminio de los judíos y otros grupos considerados "inferiores". Se presentaba a los judíos como la causa de todos los problemas de Alemania, simplificando la complejidad de las circunstancias políticas y económicas que llevaron a la crisis de la República de Weimar y a la llegada del Partido Nazi al poder. Un ejemplo de esta técnica se puede ver en el discurso de Adolf Hitler del 10 de febrero de 1933, en el que afirmó: "El problema judío no puede ser resuelto por medios legales. Si el gobierno judío internacional en Berlín declarara la guerra a los países en los que vivieran los judíos, estos serían llevados al exterminio sin piedad. Entonces el pueblo alemán, es decir, la nación alemana, se vería obligada a una nueva forma de antisemitismo, que no sería de persecución, sino de aniquilación completa". Esta simplificación excesiva de la cuestión judía llevó a la creación de un estereotipo negativo del judío en la sociedad alemana y a la justificación de su persecución y exterminio. Esta técnica se basa en la presentación de ideas complejas de forma simplista y en la exageración de las virtudes propias y los defectos del enemigo, con el fin de generar una respuesta emocional en el receptor y manipular su percepción de la realidad. Esta técnica fue ampliamente utilizada por el régimen nazi en la construcción de la imagen del enemigo, presentando a los judíos como una amenaza para la pureza de la raza alemana y exagerando su poder y control

---

[174] Ellul, J. *La propaganda: Formación de las actitudes humanas*. Editorial Hacer. 2003, p 120.

sobre la economía y los medios de comunicación. También se simplificaron conceptos complejos como la teoría del Lebensraum (espacio vital), que se presentó como una justificación para la expansión territorial de Alemania. En palabras de Adolf Hitler:

"El éxito de la propaganda se basa en la comprensión de la psicología de las masas, que es extremadamente primitiva, pero también extremadamente efectiva. Todos los argumentos deben ser reducidos a la fórmula más simple posible. Cuanto más grande sea la masa a convencer, más pequeñas deben ser las abstracciones a considerar y más grandes las emociones a despertar" (Hitler, Mein Kampf).

Otra técnica es la sustitución de nombres por otros con connotaciones emocionales. De esta forma, se reemplazan los términos neutrales por otros favorables a los fines propagandísticos. Precisamente, los juegos con el lenguaje eran habituales en el régimen *nazi*. Ciertas palabras con sentido peyorativo como fanático o ciego adquirieron un sentido positivo, es más, la palabra fanático era una de las favoritas de Hitler. Más significativo es el empleo de la palabra propaganda con valor positivo; hasta tal punto que el propio Goebbels intercalaba en sus discursos la frase: "¡*Por supuesto, todo esto es propaganda*!". El lenguaje *nazi* estaba repleto de fórmulas imperativas, de superlativos y enfatizaciones (desde *Heil Hitler* hasta *Mis jóvenes camaradas*). Se resucitaron términos arcaicos, se intentaron modificar usos seculares, que, en algunos casos, no dieron resultado como ocurrió con el intento de sustituir *Euer Hochwohlgeroben* (Su honorable señoría) por *Euer Deutschgeroben* (Su señoría alemana). La tergiversación en las expresiones era también evidente, sobre todo en el transcurso de la guerra. Las dificultades eran descritas como "*pausas momentáneas*" y las retiradas como "*avances elásticos de la retaguardia*", los campos de exterminio eran "*campos de trabajo*" y las deportaciones "*reinstalaciones*". Como muestra de la persecución y la descalificación del régimen *nazi* a los judíos se puede recordarla película "*El judío errante"* filmada en 1940. Las abreviaturas y las siglas proliferaron en el régimen *nazi*.

Desde el partido NSDAP, las SS y las SA, la GE-STA-PO, hasta PKW para referirse a los automóviles particulares o LKW para denominar a los camiones.[175]

La selección. El propagandista selecciona determinados hechos de acuerdo con sus fines. La situación internacional, tras el Tratado de Versalles, se convirtió en objetivo claro del Partido Nacionalsocialista alemán. Con ello, Hitler pretendía devolver al pueblo la confianza perdida. Pero, además, era muy frecuente en él tergiversar la historia con arreglo a sus intereses. Así, se emplean las guerras en las que participó Estados Unidos, comenzando por la de Independencia, para descalificar aun país "*que todo lo ha resuelto a golpes*".[176]

Como hemos mencionado repetición, se pone de manifiesto en el frecuente empleo de eslóganes como forma de retención del mensaje, como se puede visualizar en la imagen adjuntada: *EinVolk, ein Reich, ein Führer* (un pueblo, un imperio, un guía). Además de la afirmación o falta de argumentación, otra técnica consiste en señalar un enemigo. Esta es una de las más frecuentes y esenciales en la propaganda, una técnica que, por otro lado, ha sido utilizada desde tiempos remotos (los romanos ya la empleaban). Con ella se consiguen dos efectos: el primero, desviar la atención sobre los posibles errores de los propagandistas y el partido y en segundo lugar y más importante, se fortalece la sensación de integración grupal. El enemigo más claro del régimen *nazi* y contra el cual se emplearon todo tipo de agresiones, fue el judío. Y así la I Guerra Mundial se había perdido por "*las puñaladas en la espalda de los judíos*". Pero éste era el enemigo interno (como el cristiano en el Imperio Romano), el externo lo constituían las naciones aliadas. Todas, según Hitler, habían sido injustas con Alemania; los británicos habían prorrogado el cerco de hambre durante meses tras la firma del armisticio, el Tratado de Versalles era inhumano y había incumplido las promesas americanas, Alemania había sido despojada de sus colonias y se encontraba rodeada de enemigos

[175] PIZARROSO QUINTERO, Alejandro. Ob. Cit. página 347-348.

[176] BURLEIGH, Michael. Ob. Cit. Página 140.

por todas partes. Hitler, además, apeló al orgullo nacional, a la raza alemana como superior. Aseguraba que los logros de la nación alemana no habían sido superados por ninguna otra y por ello, franceses y británicos les envidiaban. Durante la era nazi, se utilizó la estrategia de atacar constantemente el Tratado de Versalles y el resultado de la Primera Guerra Mundial como un medio para explotar los resentimientos políticos y sociales de la población. Según Bracher (1970), la propaganda nacionalsocialista se aprovechó de estos sentimientos para dirigirlos hacia un ataque generalizado contra el sistema de Weimar. La propaganda reducía los complejos problemas y dificultades cotidianas a unas pocas causas fácilmente afirmables, como los "asesinos de noviembre" y los "partidos del sistema", los marxistas, los internacionalistas y, en particular, los judíos, a quienes se acusaba de ser los principales responsables de la crisis económica. Esta técnica propagandística buscaba presentar una solución sencilla y fácil a los problemas que enfrentaba la sociedad alemana, a través de la eliminación de estos grupos "culpables" y la promoción de la superioridad de la raza alemana.[177]

En la última técnica del régimen nazi, se empleó la alusión a la autoridad como medio para reforzar la figura del líder. Según Pratkanis y Aronson, Hitler se presentaba como "el hombre de Estado, la máxima y única autoridad", y el término "Führer" se utilizaba exclusivamente para referirse a él. Goebbels, por su parte, aprovechó esta técnica para canalizar la autoridad en los eslóganes y lograr que el pueblo alemán aceptara la idea de la autoridad como la presencia más fuerte en sus mentes. En su diario, Goebbels hizo referencia a la utilización del epíteto "Führer" en relación a Vidkung Quisling, Ministro de la Defensa Nacional de Noruega desde 1931 a 1933. De esta forma, se evidencia cómo la figura del líder era utilizada como una herramienta para establecer la autoridad y, a su vez, para mantener el control sobre la población.

[177] BRACHER en: VILLANI, Pasquale. Ob. Cit. Pagina 105.

> (…) prohíbo usar la palabra *Führer* cuando se aplica a Quisling. Aunque se llame a si mismo Foerer de Noruega y la palabra Foerer puede ser traducida fácilmente por la de *Führer*, no creo que nadie, que no sea el *Führer* mismo, tenga derecho a utilizar esa palabra. [178]

Para Goebbels, era fundamental que el lenguaje y las palabras fueran utilizados de manera cuidadosa y estratégica para fomentar el nacionalismo y la idea de una autoridad fuerte en la mente de los alemanes. En su diario, Goebbels escribió acerca de la importancia de usar palabras como "Führer" y "Reich" exclusivamente en el contexto alemán, para asegurarse de que la idea de una autoridad fuerte y un país poderoso estuvieran profundamente arraigadas en la mente del pueblo alemán. De hecho, según Pratkanis y Aronson, Goebbels utilizó la técnica de alusión a la autoridad para reforzar la idea de que Hitler era la única y máxima autoridad en Alemania, y que su poder y liderazgo debían ser seguidos y respetados sin cuestionamiento. Esto se reflejó en la propaganda nazi y en los eslóganes utilizados en la campaña, que enfatizaban la figura de Hitler como líder indiscutible y carismático del pueblo alemán.

> Hay algunos términos que hemos de reservar exclusivamente para nosotros y entre ellos se encuentra también la palabra *Reich*. El mundo entero tiene que comprender en el futuro que *Reich* quiere decir únicamente *Reich* alemán. [179]

A todas estas técnicas expuestas, debemos añadir la exageración, la contra propaganda y el slogan; si bien la primera

---

[178] GOEBBELS, Joseph. *Diario*. comp. Louis LOCHNER. Barcelona, 1949. Los libros de nuestro tiempo, página 76.

[179] Ibíd. página 76.

de ellas se puede incluir dentro de la mentira. Es importante para todo propagandista conocer a fondo al enemigo para planificar la contra propaganda y así atacarla, no frontalmente sino en cada uno de sus elementos, uno por uno, sobre todo, los más débiles. En cuanto a la exageración, se trata de una técnica que consiste en aumentar de forma desproporcionada los aspectos positivos de un hecho o producto, o los negativos de un enemigo o competidor. Esta técnica puede ser efectiva para generar emociones intensas en el receptor y llamar su atención, pero también puede ser percibida como manipuladora y generar desconfianza en el largo plazo. Por otro lado, la contra propaganda es una técnica que se utiliza para desacreditar la propaganda del enemigo, a través de la difusión de información que cuestiona su veracidad o relevancia. Esta técnica puede ser efectiva si se utiliza de forma cuidadosa y fundamentada en datos objetivos, pero también puede ser percibida como una estrategia agresiva y generar polarización. Finalmente, el uso de slogans es una técnica muy común en la propaganda política y publicitaria, consistente en utilizar frases cortas y sencillas que sinteticen un mensaje clave, fácilmente recordable y reconocible por el público. Estos slogans pueden ser efectivos para fijar en la mente del receptor una idea o mensaje específico, pero también pueden resultar superficiales y no ofrecer información detallada sobre el tema en cuestión. Agregamos un extracto a continuación que hace alusión al poder de la oratoria de Hitler. Mientras estaba en su celda de Nuremberg esperando al verdugo Hans Frank, el ex gobernador de Polonia, recordó el momento en que por primera vez oía hablar a Hitler:

> Me impresionó mucho enseguida. Era completamente distinto de lo que yo había oído en otros actos públicos. Tenía un método absolutamente claro y simple. Tomó el tema dominante del día, el Diktat de Versalles y planteó la cuestión básica: ¿Ahora qué pueblo alemán? ¿Cuál es la verdadera situación? ¿Qué se puede hacer ya? Habló unas dos horas y media, con numerosas intervenciones de frenéticos torrentes de aplausos (…) y podrías haberle oído hablar durante mucho

> más tiempo, mucho más. Todo salía del corazón y pulsaba un acorde en todos nosotros (…) Decía lo que estaba en la conciencia de todos los presentes y vinculaba las experiencias generales a la clara comprensión y a los deseos comunes de los que estaban sufri9endo y estaban esperando un programa. En la materia en sí no era original, sin duda… pero era el destinado a actuar como portavoz del pueblo (…) No ocultaba nada (…) del horror, la angustia, la desesperación a que se enfrentaba Alemania. Pero no solo eso. Mostraba un camino, el único camino que quedaba a todos los pueblos arruinados de la historia, el del desagradable nuevo comienzo desde las profundidades mas hondas a base de valor, fe, inteligencia en la acción, trabajo duro y devoción a un objetivo grande, luminoso y compartido (…) Se puso bajo la protección del Todopoderoso con una exhortación bastante seria y solemne a la salvación del honor del obrero y el soldado alemán como la tarea de su vida (…) Cuando terminó, no cesaban los aplausos (…) A partir de esa noche, aunque no era miembro del partido, estaba convencido de que si había un hombre que pudiese hacerlo, ese hombre era él, solo Hitler sería capaz de dirigir el destino de Alemania. [180]

Este documento es muy revelador ya que nos muestra el poder que tenía la oratoria de Hitler sobre las masas, incluso aquellos que no compartían sus ideologías políticas. Según Burleigh, en cada acto público del líder nazi se creaba una puesta en escena teatral meticulosamente diseñada para crear una atmósfera de expectación y emoción en la audiencia. La cuidada selección de cánticos y himnos, la iluminación escénica y el retraso en la aparición del orador principal eran elementos clave en la

[180] KRESHAW, Ian. Ob. Cit. página 164.

creación de una atmósfera de fervor y emotividad. El objetivo de esta estrategia era movilizar a las masas y lograr que se identificaran con los ideales y mensajes del partido nazi, en un proceso que involucraba tanto el razonamiento como las emociones. El uso de la música, la retórica y la emotividad en los discursos de Hitler eran herramientas esenciales para fomentar la lealtad y la adhesión inquebrantable de sus seguidores. Cabe destacar que el poder de la oratoria de Hitler no solo radicaba en su habilidad para crear emociones colectivas en las audiencias, sino también en su capacidad para manipular y distorsionar la verdad. Como bien señala Burleigh, la retórica nazi estaba plagada de mentiras y exageraciones, que se utilizaban para justificar la violencia, la discriminación y la persecución de grupos minoritarios. En resumen, la maestría de Hitler en el uso de la oratoria fue una herramienta fundamental para consolidar su poder y movilizar a las masas en favor de su ideología totalitaria.[181] De hecho, para algunos autores como Kershaw, ya desde antes de la llegada al poder de Hitler, existía una campaña del partido *nazi* con el objetivo de influir en la prensa británica. Desde 1937, Goebbels emprende una política muy violenta contra ésta. En cuanto al mito, como ya se ha explicado, fue Goebbels el encargado de elaborarla imagen de Hitler como el "*nuevo Mesías germánico, único en posesión de un plan capaz de reconstruir Alemania*". Por último, los eslóganes como forma no sólo de intensificar el efecto del mensaje, sino como técnica independiente de propaganda. Los eslóganes proyectaban a la población una cierta actitud de confianza, varios de estos proyectaban a un Hitler digno y nacionalista. Hitler y Goebbels utilizaron profusamente símbolos y monumentos históricos para "ilustrar" el régimen.[182] Ya hemos puesto de manifiesto algunos de los empleados por el régimen *nazi*, pero para ilustrar aún más, tanto esta técnica como la del enemigo localizado, aplicada en este caso a la educación, cabe resaltar el slogan que aparecía en un libro infantil: *Los judíos son nuestra desgracia*. En el aspecto social, Hitler copió las prácticas de la Iglesia Católica, en las que el incienso, la semioscuridad y las

---

[181] BURLEIGH, Michael. Ob. Cit. Página 145.

[182] PRATKANIS, Anthony. ARONSON, Elliot: Ob. Cit. página 341.

velas encendidas crean un estado especial de receptividad emotiva. En los mítines, había que tener en cuenta la habilidad de los oradores para alternar lapsos de tensión discursiva con comentarios relajados, manteniendo así a la multitud expectante. Las directivas para la "creación de entusiasmo" en la multitud (arengar a la masa, entonar himnos combativos, acompañar las consignas con movimientos del cuerpo, por ejemplo, el puño en alto) son en buena parte acústicas. El ritmo y la cadencia de los sonidos van acompañado de un bloqueo de la conciencia, propiciando un estado de naturaleza hipnótica. La música instrumental es el más eficaz de estos tóxicos. En ella, los instrumentos de percusión ocupan el lugar preponderante ya que son los encargados de llevar el ritmo. El timbre de algunos instrumentos como la trompeta tiene la propiedad de causar una exaltación general. Son todas ellas técnicas que Hitler había meditado y que por lo tanto no fueron empleadas por mera intuición:

> Hoy me enorgullezco de haber descubierto los métodos que nos permitieron, no sólo tornar ineficaz la propaganda de nuestros adversarios, sino, además, apabullar con sus propias palabras a quienes la concibieron. [183]

Esta afirmación de Hitler refleja claramente la estrategia de propaganda dirigida a las clases menos cultas de la sociedad alemana. En efecto, el partido nazi sabía que el éxito de su movimiento dependía en gran medida de su capacidad para movilizar a las masas populares, especialmente a las clases medias y medias bajas. Por lo tanto, la propaganda nazi se centró en gran medida en apelar a los miedos y las esperanzas de estas clases sociales, y en presentar al partido como la única fuerza capaz de resolver los problemas económicos y políticos del país. Para lograr este objetivo, la propaganda nazi se basó en una serie de técnicas

[183] HITLER, Adolf. Ob. Cit. página 223-224.

psicológicas que apelaban directamente a las emociones de la gente. Como hemos visto, estas técnicas incluían la creación de un culto a la personalidad de Hitler, la utilización de eslóganes y símbolos impactantes, y la organización de mítines y desfiles masivos que generaban una sensación de unidad y cohesión en torno al partido.

> El nivel intelectual de la propaganda debe descender tanto cuanto mayor sea la masa de gente a conquistar. [184]

Con esto se apuntaba principalmente a captar la atención de la mayor cantidad de gente posible de todas las ramas de la sociedad, pero fundamentalmente de la masa disconforme que conformaban el entramado de la sociedad alemana. Las preferencias de los partidos, en marzo de 1932, ofrecen un claro ejemplo del confuso estado de la política en Alemania. Hindenburg, prusiano, perteneciente por derecho propio al Partido Nacional, protestante y monárquico de corazón, contaba, como núcleo de sus partidarios a los socialdemócratas, los sindicatos, los católico-centristas y otros pequeños partidos democráticos; para todos éstos se había convertido en la personificación de la Constitución de Weimar. Las privilegiadas clases conservadoras del norte protestante votaron, bien por Duesterberg, bien por Hitler y ciertos votos de la clase obrera, fueron a parar al candidato comunista. La tensión no resultó aliviada cuando fueron anunciados los resultados de unas urnas muy densas. La votación popular por el *nazis*mo apareció haber aumentado desde otoño anterior en un 86 %, aunque iban siete millones a la zaga de Hindenburg. A este último, sin embargo, le habían faltado menos de 200.000 votos para alcanzar la necesaria mayoría sobre sus tres oponentes, por lo que hubo de celebrarse una segunda elección. Para la segunda campaña, el ingenioso Goebbels acertó con la nueva ocurrencia del *Führer*, recorriendo

---

[184] HITLER en*:* MAESTRI, Ob. Cit. Página 110.

Alemania en aeroplano. En una ocasión, lo hizo para acudir a un compromiso en Dusseldorf, entre violentas tormentas que, teóricamente, habían impedido todo tráfico aéreo en Alemania occidental.

La prensa nazi no perdió la oportunidad de dramatizar el incidente como una muestra de las habilidades de líder de Hitler. Sin embargo, la osadía del Führer no tuvo éxito en ganar las elecciones. A pesar de que obtuvo más de trece millones de votos populares, Hindenburg continuó manteniéndose cómodamente con el 53% de los votos. Este resultado demuestra el entramado político complejo que existía en Alemania antes de las elecciones de 1932 y cómo Goebbels utilizó todos los medios posibles para obtener la mayor cantidad de votantes posible. Raúl Maestri ha señalado la complejidad del entramado político en Alemania antes de las elecciones.

> El triunfo del nacional- socialismo en Alemania sería un suceso histórico más trascendental que el fascismo italiano. Alemania es una víscera imprescindible del mundo moderno, tanto en un sentido espiritual como material. Todo hecho que la interesa profundamente asume una verdadera relevancia de humanidad. Más aún, en estos momentos en que Alemania es el centro de los problemas económicos y políticos más graves de la hora; además, el espíritu alemán se encuentra en un paréntesis de confusión y de incertidumbre, pero conserva incólumes su energía, su fuerza y su ambición; la ideología que logre ofrecer una tarea concreta a estos impulsos cuenta con una posibilidad magnífica. Por último, la decisión histórica que se avecina en Alemania – porque si puede decirse con absoluta seguridad que, en una u otra forma, este país está próximo a adoptar soluciones de envergadura epocal - echará en la balanza inquieta de

> los días actuales un peso que, por un tiempo indefinido, marcará una actitud mundial. [185]

La prensa nazi no perdió la oportunidad de dramatizar el incidente como una muestra de las habilidades de líder de Hitler. Sin embargo, la osadía del Führer no tuvo éxito en ganar las elecciones. A pesar de que obtuvo más de trece millones de votos populares, Hindenburg continuó manteniéndose cómodamente con el 53% de los votos. Este resultado demuestra el entramado político complejo que existía en Alemania antes de las elecciones de 1932 y cómo Goebbels utilizó todos los medios posibles para obtener la mayor cantidad de votantes posible. Raúl Maestri ha señalado la complejidad del entramado político en Alemania antes de las elecciones:

> La ideología oficial del nacional- socialismo, (…), ha hecho posible al Partido sus grandes triunfos electorales. Pero en esta oportunidad el Partido se encontraba en una situación difícil: importaba más que nunca "mover las masas", pero al mismo las ofertas del paraíso nacional- socialista se revestían de un comprometedor carácter de inminencia. El Partido se rindió a este último temor. La fraseología de los oradores nacional- socialistas llegó al delirio y en este mar de palabras apenas se divisaban las burbujas de la ideología pragmática engullida en la "escuela de oradores". La prensa nacional- socialista presentaba a Hitler no como un candidato a la Presidencia, sino como candidato electo y llegaba a excesos polémicos injuriosos. Hitler, personalmente, dirigió la campaña y el Partido puso en pie de guerra todos sus recursos, desde las "Secciones de Asalto" hasta las flotillas de

[185] MAESTRI, Raúl. Ob. Cit. Página 146.

> aeroplanos. Goebbels declaraba en el *Reich*stag: "para el nacional- socialismo se trata de ser o no ser. [186].

Es fundamental destacar las palabras de Joseph Goebbels citadas por Maestri, ya que el panorama que enfrentaba el nazismo era de suma urgencia. Como se ha mencionado anteriormente, después de no obtener la cantidad necesaria de votos, el partido nacionalsocialista llegó al poder a través de intrigas y la fuerza. Si bien Adolf Hitler puede haber sido el rostro de los medios propagandísticos utilizados por el partido nazi, fue Goebbels quien diseñó y ejecutó la enorme maquinaria propagandística que cambiaría la historia de Alemania para siempre. Es poco probable que Hitler hubiera alcanzado el poder de la forma en que lo hizo sin una campaña propagandística bien orquestada. El Führer comprendía que, al igual que la campaña de terror desarrollada por Himmler, era igual de importante la campaña de persuasión fomentada por Goebbels. De este modo, la propaganda del Tercer Reich hizo posible un gobierno fundado en la intimidación que elevó a Hitler y lo disfrazó de dios. Gracias a Goebbels, el nuevo Atila logró convencer al pueblo alemán de que la persecución judía era necesaria y de que debían aceptar con estoicismo la destrucción causada por la guerra. Según Burleigh, el éxito electoral del partido nazi en Alemania no se debió únicamente a una mejor organización, sino también a la propaganda que utilizaron, la cual abarcó actividades fuera del proceso democrático contemporáneo. Aunque el Partido Democrático Alemán (DDP), un partido liberal de izquierdas, tenía una maquinaria de propaganda similar a la "americana" que incluía películas y regalos promocionales con la palabra "demócrata", no resultó ser tan efectiva. La mayoría de los documentales modernos sobre la ascensión de los nazis al poder que enfatizan la propaganda nazi son engañosos, ya que se centran en material filmado después de que el partido tuviera el control sobre la realidad cinematográfica y descuidan los argumentos y estrategias que utilizaron los nazis para ganar votos

[186] Ibíd. Páginas 158-159.

en el período de lucha en la Alemania de Weimar. En conclusión, la propaganda nazi fue un factor decisivo para el éxito electoral del partido en ese momento histórico.*"*[187] Para este historiador, la maquinaria electoral *nazi* estaba movilizada permanentemente. Disponían de impresos listos para refutar inmediatamente a sus adversarios y de jueces dispuestos a dictar órdenes por calumnia. Se editaban incluso folletos en Braille para conseguir votos entre los ciegos. Esta permanente movilización se puede ver claramente, según Nolte, en el hecho que cuando a Hitler se le prohibió presentarse como orador, la propaganda tendió a diversificarse, creando ahora nuevos usos, y con esto se alcanzó el punto álgido de la práctica hasta entonces seguida. Los éxitos de Strasser y Goebbels respectivamente, consiguieron afianzar en la mentalidad del pueblo alemán el hecho de que quizás Hitler y el partido no eran algo idéntico y que existía cierta posibilidad de un movimiento independiente de su persona.[188] Es así que la invocación a las masas, la búsqueda de consenso sobre las bases ideológicas, religiosas, las estructuras organizativas y el activismo propagandístico, pueden considerarse algunos de los aspectos que luego confluirán en el concepto de regimenes totalitarios. Goebbels parecía estar al tanto de todas estas cuestiones y a su vez, parecía saber como explotarlas, es de tal forma que en su diario el 30 de enero de 1942 escribe:

> Es interesante observar que importancia puede tener una hábil explotación de los sentimientos religiosos. Al principio los tártaros no mostraban una actitud muy amistosa hacia la Wehrmacht germana. Pero cambiaron por completo cuando les permitimos entonar sus cánticos religiosos desde lo alto de los minaretes. Tan radical ha sido su cambio que es posible formar compañías

---

[187] BURLEIGH, Michel. Ob. Cit. Página 139.

[188] NOLTE, Ernst. Ob. Cit. página 425.

> auxiliares tártaras para combatir activamente contra los bolcheviques. [189]

A continuación, Goebbels nos ofrece la explicación de que farsa utilizó para ganarse la adhesión de los tártaros al nacionalsocialismo.

> Nuestro esfuerzo ha sido secundado por las compañías de propaganda que distribuyeron fotografías del Gran Muftí de Jerusalén visitando al *Führer*. Esto produjo un gran efecto. [190]

Según Lochner, el Gran Muftí visitó Alemania en noviembre de 1941 y luego viajó a Italia durante un mes antes de regresar a Berlín, donde fue recibido por Hitler el 8 de diciembre de ese mismo año. La visita del Gran Muftí presenta un ejemplo del oportunismo de Goebbels y cómo utilizó esta visita social para sus propios propósitos propagandísticos. La maquinaria propagandística nazi también se utilizó para consolidar la idea del partido mediante la utilización de todos los recursos disponibles y para beneficiarse de las diversas crisis que enfrentaba Alemania. Durante el periodo de ingobernabilidad del estado, que duró desde 1928 hasta 1932, la clase dirigente se veía impulsada hacia soluciones autoritarias. Había tres caminos posibles en esta dirección: un gobierno de las derechas tradicionales, una dictadura militar o el advenimiento del nacionalsocialismo.[191]

Debemos complementar diciendo que los nacionalsocialistas estaban muy al tanto de esta situación y de esta forma guiaron a las masas a su antojo, propaganda y organización mediante, que habían logrado movilizar a las masas y levantar una

---

[189] GOEBBELS, Joseph. Ob. Cit. Página 65.

[190] Ibíd. página 65.

[191] VILLANI, Pasquale. Ob. Cit. Página 106.

demanda de adhesiones, creemos que fueron parte de las razones del éxito del nacionalsocialismo en Alemania en las elecciones de octubre de 1932. Aunque no se puede ignorar que el crecimiento electoral del nacional socialismo y su propaganda se habían favorecido con la crisis económica de 1929-1930. El nacional socialismo se ocupo de relanzar la idea ya utilizada por el fascismo de una "tercera vía", entre el capitalismo individualista y el colectivismo destructor y lo hacía agresivamente oponiendo el nacionalismo ario a la especulación judía y al comunismo eslavo. Según Burleigh, *"la propaganda entrañaba contenido además de forma."*[192], para este historiador los *nazis* poseían una gran deuda con sus adversarios marxistas ya que gracias a la sentimentalización y dramatización de las sencillas virtudes de los obreros obtuvieron gran apoyo de este sector de las masas. Es así que cuando Hitler se dirigía a las masas en estos términos *"…se ponía claramente emotivo siempre que hablaba de los hijos del trabajo de manos callosas."* [193] Debemos agregar que los carteles propagandísticos que se podían leer en los mítines eran abrumadoramente obreristas. Otra de las técnicas que emplearon los nacionalsocialistas como propaganda era la violencia militante. Esta violencia solía apoyarse en la agresión pasiva, esto es, provocar a sus adversarios para luego de ser agredidos por estos, atacarlos. Este tipo de violencia raras veces incluía actos de agresión contra representantes del Estado, es así que entonces no chocaba contra el de deseo de ley y orden de la sociedad. Esta era la razón por la que dirigentes *nazis* como Goebbels incitaban activamente a sus adversarios de izquierda a utilizar la violencia contra ellos, porque esa misma violencia era una forma de propaganda. Cuando los adversarios atacaban a los *nazis*, jugaban su juego. Es de gran importancia enfatizar esta técnica ya que los comunistas tendían a agredir a la policía, los *nazis* se beneficiaron de una desviación gradual de simpatía de la policía hacia ellos. [194] Neumann aclara este asunto por nosotros *"No debemos olvidar que la propaganda nacionalsocialista iba unida al terror de los S.A. y S.S.,*

[192] BURLEIGH, Michael. Ob. Cit. Página 151.

[193] Ibíd. Página 151.

[194] BURLEIGH, Michael. Ob. Cit. Página 141.

tolerados por la judicatura alemana y por muchos de los países no prusianos. (…) La más severa crítica de Weimar seguirá siendo que los líderes republicanos no lograron inducir a la administración del estado a poner coto al terror nacionalsocialista."[195] Neumann también hará cargo de la caída de la democracia a la ineptitud del movimiento democrático y la fuerza de reacción. Para este historiador lo que el nacional socialismo ha hecho y sigue haciendo con la propaganda, es aprovechar los puntos débiles que los demócratas tradicionales han dejado. Con la brecha ya abierta en una sociedad que jamás se caracterizó por tener un régimen democrático, el nacionalsocialismo jugó su partida de forma magnifica, haciéndose fuerte donde no lo era el sistema en sí. Las constantes luchas de clases fueron "campo abonado" para un hábil aparato de propaganda. [196] Nolte personifica a Hitler como el "simplificador más terrible", de acuerdo con este autor debe asignársele a Hitler el poder del llamamiento a las masas. "Su llamamiento en las elecciones al Reich del 14 de setiembre de 1930 empieza así:

> "¿Que han logrado los viejos partidos de cuanto prometieron?
>
> ¡Ha llegado el fin!
>
> Acaba un período de grandes promesas y esperanzas políticas en la bancarrota general, política, moral y económica. El pueblo soberano puede sentirse agradecido a sus gobernantes. Pues ellos son responsables de su situación."[197]

En este discurso, Adolf Hitler utiliza elementos retóricos para criticar la situación política y económica de Alemania en ese momento, y para presentar su partido como la única solución

---

[195] NEUMANN, Franz. Ob. Cit. Página 482.

[196] Ibíd. Página 482.

[197] HITLER en: NOLTE, Ernst.: Ob. Cit. pagina 388.

viable. En términos semánticos, utiliza la estrategia de contraste al comparar las promesas políticas con la realidad actual, lo que crea una sensación de decepción y desesperanza. Además, al referirse al "pueblo soberano", utiliza un lenguaje populista para crear un sentido de unidad y para atraer a las masas. En cuanto a los elementos semióticos, se puede observar que Hitler utiliza la entonación y los gestos para enfatizar sus puntos y para crear una conexión emocional con su audiencia. Además, utiliza el lenguaje corporal para proyectar una imagen de autoridad y confianza. Desde una perspectiva pragmática, Hitler utiliza el discurso como una herramienta para persuadir a su audiencia y para presentar su partido como la única opción viable para salvar a Alemania. También utiliza el discurso como una forma de movilizar a las masas y de generar apoyo para su causa. En términos de elementos retóricos, se puede observar el uso de antítesis en la comparación entre las promesas políticas y la bancarrota general. También utiliza la repetición de la palabra "política" para enfatizar la gravedad de la situación. Además, utiliza la técnica de pregunta retórica para implicar que los partidos anteriores no han cumplido sus promesas.

Para culminar con este apartado nos proponemos equiparar en alguna medida las terapias de sesiones de los *mesmerianos* con la propaganda nacionalsocialista. Pratkanis y Aronson nos brindan una breve descripción de en que consistían estas técnicas de persuasión. En primer lugar, las sesiones *mesmerianas* consistían como primera ley en la tarea de seducir a la audiencia. Esto lo podemos confrontar con Hitler y su poder de oratoria y el imán que esta era sobre la masa. La segunda tarea de los *mesmerianos* era la de hallar un mensaje que muchos considerasen aceptable, aunque no fuese totalmente comprensible. Aquí diríamos que el mensaje que intentaba transmitir el Nacionalsocialismo se efectuaba de forma que la gente se sintiese identificada con el mismo, o sea el Tratado de Versalles, o la falta de seguridad y la desconfianza en el Estado, etc. La tercera tarea del orador *mesmeriano* consistía en imbuir en las emociones de los oyentes para conseguir la persuasión. El *mesmerismo* ofrecía esperanza y esta emoción podía explotarse de manera que pudiese obtenerse los resultados deseados. La carga emocional que se presentaban

en todos los mítines del Nacionalsocialismo podría ser establecida de esta forma a la tarea del orador mesmeriano. Y por último la cuarta tarea era que el *mesmeriano* de éxito definía la situación en su provecho, sentando las bases para la persuasión. Cosa que el Nacionalsocialismo buscó y en la cual, a nuestro entender, tuvo un éxito abrumador. [198]

II.3. Otras técnicas utilizadas.

Otras técnicas de propaganda utilizadas por los nazis merecen ser destacadas debido a su eficacia, a pesar de no ser tan evidentes a simple vista. Entre ellas se encuentra la utilización de los uniformes de las S.A., los cuales, aunque no fueron masivamente adoptados, resultaron en una forma propagandística importante. Estos uniformes, inicialmente proporcionados por un intendente y confeccionados a partir de camisas pardas que habían pertenecido a las tropas coloniales, transformaban a jóvenes que pasaban desapercibidos en su ropa diaria en agresivos personajes autoritarios. Además, las S.A. proporcionaban a los nazis una presencia visible y difícil de ignorar. La propaganda nacionalsocialista fue sin duda un factor clave en el éxito del régimen de Hitler en Alemania desde 1933 a 1945. A través de la dosificación masiva de slogans publicitarios y promesas de un futuro mejor, los nazis lograron captar a las masas alemanas. No obstante, la propaganda no puede alterar por sí sola las condiciones sociales y políticas; actúa en conjunto con otros factores mucho más importantes. La propaganda nacionalsocialista no destruyó por sí sola la democracia de Weimar, ni se hubiera podido salvar la república con la mejor contra-propaganda de los partidos y grupos democráticos, tal como sostiene Neumann. El irracionalismo de los argumentos nazis tenía una llamada irresistible para muchos, ya que les liberaba de la responsabilidad de pensar y armonizaba con una escuela de pensamiento existente. Los nazis afirmaban con orgullo

---

[198] Las tareas de los mesmerianos son expuestas en: PRATKANIS, Anthony. ARONSON, Elliot: Ob. Cit., 1994, página 41. Nosotros solamente hemos intentado esbozar apenas la equiparación de estas técnicas con el mesmerismo.

que la vida controla la razón y que las grandes proezas son producto, no de la inteligencia, sino de la voluntad heroica, y que el pueblo está a salvo y florece gracias a la intuición racial. Por otro lado, Hitler se aseguró el control de la prensa mediante la concesión de recompensas a los periodistas dóciles y sumisos, y la sanción de los que no se sometían a su autoridad, como la revocación de sus licencias profesionales. Este tema será ampliado en el siguiente capítulo, donde se discutirá el funcionamiento de la propaganda bajo el mandato de Hitler, y cómo Joseph Goebbels, el Ministro de Propaganda y Cultura, jugó un papel fundamental en este proceso. Es interesante destacar que la propaganda pensada y llevada a cabo por Goebbels no tenía límites precisos, como se verá en el siguiente capítulo. En 1942, ya con Hitler en el poder y en plena guerra, Goebbels incluso se propuso distribuir diccionarios en las regiones ocupadas por los nazis con el fin de adoctrinar a los pueblos cautivos. Como escribió Goebbels::

> He dado instrucciones para que nuestro Ministerio prepare diccionarios con destino a las regiones ocupadas donde hay que enseñar y difundir el alemán. Tienen, por encima de todo, que incluir una terminología conforme a nuestra moderna concepción del estado. Deben comprender también aquellas palabras que expresan nuestro dogmatismo político. Es una forma indirecta de propaganda de la que espero, a la larga, los mejores frutos. [199]

[199] GOEBBELS, Joseph.: Ob. Cit. Página 91.

CAPITULO V

JOSEPH GOEBBELS

5.1. Mente-maestra de la propaganda *nazi*.

Para comprender los métodos y el impacto de la propaganda nazi, es crucial adentrarse en la figura de Joseph Goebbels, la mente maestra detrás de la maquinaria propagandística del Tercer Reich. Aunque Adolf Hitler es quien, en su obra Mein Kampf, presentó inicialmente la idea de una ofensiva propagandística, fue Goebbels quien, con su destreza, transformó estas ideas en una estrategia efectiva para seducir, sugestionar y manipular a las masas.

Paul Joseph Goebbels, nacido el 29 de octubre de 1897 en Rheydt, Renania, en una familia católica de clase media baja, poseía un aspecto físico alejado del ideal ario que más tarde sería promovido por el régimen nazi. De complexión delgada, con un semblante fino y de cabello negro, Goebbels fue un hombre que, a pesar de las dificultades físicas (como una pierna más corta que la otra), compensó con su agudeza intelectual. Según algunos historiadores, como Ian Kershaw, su infancia estuvo marcada por el rechazo y la humillación, siendo incluso rechazado en el servicio militar debido a su condición física, lo que lo llevó a encontrar refugio en la vida intelectual. A pesar de su origen modesto, Goebbels alcanzó una notable formación académica, obteniendo su doctorado en filosofía en la Universidad de Heidelberg en 1921. Su educación abarcó diversas disciplinas, como la historia, la filología, la historia del arte y la literatura, lo que le permitió desarrollar una profunda comprensión de la cultura alemana y, por ende, de las tácticas necesarias para manipular la opinión pública. Según el compilador de su diario, Lochner, Goebbels aspiraba inicialmente a ser escritor, pero tras una serie de fracasos personales y el colapso del Imperio Alemán

al final de la Primera Guerra Mundial, su búsqueda de un propósito lo llevó al Partido Nacionalsocialista.

Goebbels pronto descubrió su habilidad para la oratoria y se convirtió en uno de los principales propagandistas de Hitler. Su capacidad para conectar con los jóvenes y atraerlos hacia las ideas de Hitler fue fundamental para la expansión del Partido Nazi. Este talento lo llevó a ocupar el cargo de editor del periódico nazi Voelkische Freiheit, lo que consolidó su relación con Hitler. A pesar de las tensiones familiares y la desaprobación de sus padres, Goebbels se mantuvo fiel al Führer y abandonó su fe católica, alineándose completamente con la ideología nazi. De acuerdo con Pratkanis y Aronson, "tras aprender el valor de una organización capaz de coordinar y difundir propaganda eficaz, al modo de las iniciativas de guerra aliadas durante la Primera Guerra Mundial, Hitler instituyó su propio aparato. Esta organización se hallaba en el origen de todos los pactos del Reich y su objeto era vender la actuación del gobierno a las masas". En efecto, Goebbels, como ministro de Propaganda, desarrolló una maquinaria eficiente que permitió que el régimen nazi no solo se instaurara en Alemania, sino que también se difundiera su mensaje en otras partes del mundo. La propaganda se convirtió en una herramienta clave para construir la imagen del Führer y promover los ideales nazis, utilizando los medios de comunicación masivos como la radio, el cine, los periódicos y las manifestaciones públicas para llegar a todas las capas de la población.

La influencia de Goebbels en la propaganda nazi fue determinante, pues, más allá de su capacidad para persuadir, también entendió la necesidad de construir un mensaje coherente y emocionalmente resonante que apelara a los miedos y esperanzas de la sociedad alemana. La figura de Goebbels no solo debe ser comprendida en su rol de propagandista, sino también como un estratega de la comunicación que entendió el poder de la manipulación mediática para consolidar el régimen totalitario del Tercer Reich.*"*[200]

[200] PRATKANIS, Anthony. ARONSON, Elliot: Ob. Cit. página 339.

Tras su ascenso al poder en 1933, Hitler designó a Joseph Goebbels como líder de la organización propagandística nazi y, poco después, como ministro de Propaganda y Cultura Popular, cargo que ocupó hasta su suicidio en los últimos días de la guerra. Sin lugar a duda, Goebbels fue el principal responsable de la popularización de las ideas del partido nazi, incluso antes de que llegara al poder. A través de su refinada demagogia, Goebbels no sólo ridiculizó y atacó a sus adversarios, sino que también logró seducir a las masas mediante un plan de medios muy innovador para la época. Joseph Goebbels desempeñó un papel crucial en la propaganda nazi, no solo como su líder, sino también como su principal estratega y ejecutor. En el cargo de ministro de Propaganda y Cultura Popular, Goebbels creó un aparato de propaganda efectivo y masivo que logró penetrar en todos los aspectos de la vida cotidiana de los ciudadanos alemanes, desde la prensa y la radio hasta el cine y la literatura. Además de ridiculizar y atacar a los adversarios políticos del partido, Goebbels comprendió la importancia de conquistar a las masas con un plan de medios sumamente novedoso para su tiempo. Por ejemplo, Goebbels utilizó la tecnología de la época, como los altavoces y los micrófonos, para permitir que las palabras de Hitler llegaran a grandes multitudes en sus mítines. También se aseguró de que la propaganda nazi apareciera en todos los medios posibles, incluso en lugares públicos como las estaciones de tren y las plazas. Además, Goebbels se encargó de producir películas y documentales que glorificaban a la nación alemana y deshumanizaban a los judíos y otros grupos perseguidos. En sus diarios escribió:

> No hay necesidad de dialogar con las masas, los slogans son mucho más efectivos. Éstos actúan en las personas como lo hace el alcohol. La muchedumbre no reacciona como lo haría un hombre, sino como una mujer, sentimental en vez de inteligente. La propaganda es un arte, difícil pero noble, que requiere de genialidad para llevarla a

> cabo. Los propagandistas más exitosos de la historia han sido Cristo, Mahoma y Buda. [201].

La propaganda nazi, bajo la dirección de Joseph Goebbels, se convirtió en una herramienta esencial para la consolidación del régimen totalitario del Tercer Reich. La importancia de esta maquinaria propagandística radicó en su capacidad para moldear la opinión pública, dirigir los pensamientos y emociones de la población y, en última instancia, garantizar la lealtad inquebrantable al régimen de Hitler. La habilidad de Goebbels para utilizar los medios de comunicación de manera innovadora le permitió difundir los ideales nazis de manera masiva y eficiente, creando una realidad paralela en la mente de los alemanes.

Uno de los aspectos más notables de la propaganda nazi fue su capacidad para utilizar las tecnologías emergentes de la época, como la radio y, más tarde, la televisión, para llegar directamente a los hogares de los alemanes. Estos medios de comunicación, en sus inicios, eran relativamente nuevos, lo que les confería un poder casi mágico de conexión directa entre el régimen y la población. La radio, por ejemplo, permitió que los discursos de Hitler y otros líderes del Partido Nacionalsocialista llegaran a un público mucho más amplio que el de los periódicos impresos, alcanzando no solo a las clases altas, sino también a las clases trabajadoras y rurales. Goebbels comprendió el poder de estos medios y utilizó la radio como una de las principales armas para infundir un sentimiento de unidad nacional, reforzando la narrativa de un pueblo ario superior y la necesidad de la expansión territorial. Además, la creación de un imaginario colectivo se vio respaldada por una elaborada estética visual que incluía carteles, películas, marchas y concentraciones masivas. La maquinaria de propaganda de Goebbels no solo se encargó de transmitir la ideología del régimen, sino de hacerlo de manera que resultara atractiva y emocionalmente resonante. El objetivo era hacer que los ciudadanos se sintieran parte de un movimiento histórico trascendental, contribuyendo así al éxito de la "seducción"

---

[201] GOEBBELS en: BURLEIGH, Michael. Ob. Cit. página 138.

ideológica. A través de imágenes grandiosas, símbolos poderosos como la esvástica, y la figura carismática de Hitler, la propaganda nazi consiguió encender los corazones de la población, transformando la política en un espectáculo que cautivaba la imaginación de las masas.

El mensaje de la propaganda nazi no solo se limitaba a la exaltación de Hitler y el Partido Nacionalsocialista, sino que también se centraba en la creación de un enemigo común: los judíos, los comunistas, los gitanos y otros grupos considerados "indeseables". La propaganda nazi, al identificar a estos "enemigos" como la causa de todos los males del mundo, sirvió para deshumanizarlos y justificar las políticas de persecución y exterminio que el régimen implementó posteriormente. Al mismo tiempo, la propaganda ayudó a fortalecer el sentimiento de pertenencia al "pueblo alemán", creando una división clara entre "nosotros" y "ellos", lo que facilitó la implementación de políticas de segregación y violencia.

En los años treinta, la omnipresencia de la propaganda nazi era tal que se había integrado completamente en todos los aspectos de la vida alemana. Era casi imposible escapar de ella. Ya fuera a través de los discursos radiales, las películas de propaganda como El triunfo de la voluntad de Leni Riefenstahl, o las imágenes omnipresentes en las calles, la propaganda nazi estuvo en todas partes. Goebbels entendió que la repetición constante del mensaje era clave para lograr que la población aceptara sin cuestionamientos las políticas del régimen. Esta saturación mediática contribuyó a la pasividad y complacencia de la población alemana, que, en muchos casos, no solo toleraba, sino que incluso apoyaba activamente las medidas extremas del Tercer Reich. La confianza de Hitler en Goebbels, quien ocupó el cargo de Ministro de Propaganda y Cultura Popular desde 1933, refleja la centralidad de la propaganda en la estrategia del régimen nazi. Al estar en control de todos los medios de comunicación y de gran parte de la cultura popular, Goebbels aseguró que la narrativa del régimen no solo se difundiera a nivel nacional, sino que también llegara a los países ocupados durante la Segunda Guerra Mundial. La propaganda nazi se convirtió en una herramienta fundamental para la guerra psicológica, tanto dentro de Alemania

como en los territorios conquistados. Goebbels, al comprender la importancia de controlar la información y la cultura, utilizó su posición para garantizar que el Partido Nacionalsocialista no solo controlara el presente, sino también el futuro, al moldear las creencias y valores de las generaciones venideras. De este modo, la propaganda nazi no solo fue un medio para ganar el apoyo popular, sino también una forma de asegurar la longevidad del régimen a través de una manipulación ideológica profunda. La eficacia de la propaganda nazi es un testimonio de la capacidad de Goebbels para combinar la psicología de masas con los avances tecnológicos de la época, y su impacto perduró más allá de la caída del régimen, al influir en los estudios sobre la propaganda y la manipulación mediática en las décadas posteriores.

5.2. Goebbels y el Ministerio de propaganda.

Goebbels decía que

"la propaganda debe tender a simplificar las ideas complicadas".

La idea central de Goebbels, de simplificar las ideas complicadas en la propaganda, se convirtió en una de las principales estrategias del partido nazi en su esfuerzo por difundir sus ideales. Su nombramiento como ministro de Instrucción para el Público y Propaganda en 1933, le dio el control absoluto de los medios de comunicación en Alemania, lo que le permitió difundir la ideología nazi a la población de manera efectiva. Además, Goebbels era un experto en la teoría de la comunicación de masas y su influencia en la sociedad. Él desarrolló una serie de principios que incluían la selección cuidadosa del canal de comunicación, la importancia de la opinión pública y la respuesta del público, entre otros. Goebbels también tuvo en cuenta la tecnología y su influencia en la sociedad. Él reconoció el peligro de que la tecnología moderna privara a las personas de su alma y su espíritu, y afirmó que el nacionalsocialismo no lucharía contra la tecnología, sino que la disciplinaría y la pondría al servicio de la

cultura y el pueblo alemán. En línea con esta idea, Goebbels utilizó prácticamente todos los medios a su disposición para difundir la propaganda nazi, desde programas de radio hasta producciones cinematográficas, documentales y boletines de prensa. También se centró en la organización de eventos públicos, como marchas y mítines, para glorificar la raza aria y atacar a los enemigos del sistema. La influencia de Goebbels en la propaganda nazi fue crucial para el éxito del partido en su esfuerzo por difundir su ideología y ganar la aceptación de la población alemana. Su control de los medios de comunicación le permitió alcanzar a la mayoría de los ciudadanos alemanes y moldear sus opiniones. La capacidad de Goebbels para teorizar y aplicar los principios de la comunicación de masas a la propaganda nazi también es un testimonio de su inteligencia y habilidad en el campo de la comunicación."[202] Goebbels con respecto a esto, en un discurso pronunciado en la inauguración de la Feria Automovilística de Berlín, el 17 de febrero de 1939 y luego reproducido en la revista Deutsche Technik en marzo de 1939, dirá:

> (…) el nacionalsocialismo supo tomar el marco sin alma de la tecnología y llenarlo del ritmo y los impulsos cálidos de nuestra época. [203]

Goebbels enfatizaba constantemente que el nacionalsocialismo había superado la crisis cultural que temía el conservadurismo. Para ello, el Ministro de Propaganda abordó el tema del peculiar romanticismo del nacionalsocialismo y, por ende, del pueblo alemán. Según Goebbels, el movimiento nazi encarnaba un renacimiento del idealismo romántico alemán que había sido destruido por la Ilustración y la Revolución Francesa. Esta corriente ideológica encontraba su origen en la filosofía y la

---

[202] HERF, Jeffrey.: *El modernismo reaccionario: tecnología, cultura y política en Weimar y el Tercer Reich.* Fondo de Cultura Económica, México, 1990, página 407.

[203] Ibíd. Página 407.

literatura alemanas del siglo XVIII, especialmente en la obra de Johann Wolfgang von Goethe y Friedrich von Schiller. Para Goebbels, el romanticismo alemán se caracterizaba por una profunda conexión con la naturaleza y la tradición cultural germana, así como por un sentido de comunidad y sacrificio. Según él, estos valores eran esenciales para el renacimiento de la cultura alemana y debían ser promovidos a través de la propaganda nazi. De esta forma, Goebbels justificaba la exaltación de la raza aria y la denigración de los judíos y otros grupos considerados "impuros" por los nazis, como una forma de preservar la esencia de la cultura alemana. En definitiva, la ideología nazi se presentaba como una vía para recuperar la grandeza cultural y espiritual de la nación alemana, al mismo tiempo que se condenaba al "enemigo" como una amenaza a la pureza y la autenticidad de la cultura.:

Cada época tiene su romanticismo, su presentación poética de la vida (…) Nuestra época también lo tiene. Es más duro y cruel que un romanticismo anterior, pero sigue siendo romántico. El romanticismo acerado de nuestra época se manifiesta en acciones y hazañas al servicio de una gran meta nacional, en un sentimiento del deber elevado al nivel de un principio inviolable. Todos somos más o menos románticos con un nuevo estilo alemán. El *Reich* de motores retumbantes, grandiosas creaciones industriales, un espacio casi ilimitado que debemos poblar para preservar las mejores cualidades de nuestro Volk, es el *Reich* de nuestro romanticismo. [204]

Bajo el mismo carácter totalitario, el ministro de Propaganda condenó públicamente libros y textos escritos por judíos, de izquierda, liberales, pacifistas y extranjeros. Patrocinó la quema de títulos y el saqueo de librerías "sospechosas"; tan sólo en una noche se quemaron 20 mil libros considerados nocivos o inútiles para el pueblo teutón. El Ministerio de Propaganda era

[204] GOEBBELS en: Ibíd. páginas 408-409.

una perfecta y maravillosa máquina de creación y control de ideas. Todas las ramas de la comunicación tenían un departamento o sección para su tratamiento adecuado y cada departamento, a su vez; diferentes negociados en los que se realizaba una función técnica concreta. El 8 de marzo de 1933, cuando aún no era ministro, informaba Goebbels que su ministerio se dividiría en cinco grandes departamentos dedicados a la radiodifusión, la prensa, la cinematografía, el teatro y la propaganda. Años más tarde había surgido un colosal aparato ministerial -con 17 departamentos e infinidad de negociados-, donde el alto nivel técnico y especializado, tropezaba con la falta de coordinación propia del exceso burocrático. Los dos departamentos de mayor actividad y responsabilidad fueron propaganda y extranjero. En el primero se decidían, dirigían y vigilaban las campañas de propaganda y se analizaban los resultados de estas. El departamento de extranjero, que fue el de mayor crecimiento desde el comienzo de la guerra, tenía a su cargo la coordinación y determinación de toda la actividad propagandística en el exterior y llegó a contar con más de cuarenta negociados. Participaba en las emisiones de radio y en las publicaciones destinadas al extranjero, ocupándose de la tirada y distribución de libros, folletos, correspondencia. Asimismo, en colaboración con el Ministerio de Asuntos Exteriores, cuidaba de la organización en otros países de conciertos, representaciones teatrales, conferencias y demás actos culturales. Además, se ocupaba de aconsejar y guiar a los extranjeros que se encontrasen en Alemania. También en el departamento del extranjero durante la guerra, se realizaban operaciones tales como la compra de periódicos en el exterior, fundamentalmente en las regiones ocupadas por los alemanes. Goebbels en un apartado que data del 23 de enero de 1942, escribe como aconsejaba al doctor Werner Stephan, quien era un subordinado de éste que estaba encargado de comprar periódicos, agencias de noticias, productoras de películas, etc.:

> Hablé con Stephan acerca del problema de comprar nuevos periódicos en el extranjero. Creo que debemos continuar haciéndolo, pues cuanto mayor sea el número de órganos difusores de

> noticias, especialmente periódicos, que tengamos en el exterior, tanto más fácil será nuestra tarea futura de dirigir Europa. [205]

Podemos ver a su vez en esta cita, el aire de triunfalismo que irradiaba el Dr. Joseph Goebbels. Aunque equivocada, su visión era bastante futurista, intentando prever los resultados del posible desenlace de la guerra. En el ámbito de la cinematografía, cuatro días más tarde de la cita anterior, Goebbels escribió:

> Knothe[206] me informó de los resultados de sus compras en el sureste. Ha adquirido un número considerable de locales cinematográficos. Nos proporcionan ciertas seguridades con respecto a la distribución de nuestras películas. El cine alemán domina ahora los Balcanes y los <films> americanos pierden cada vez más terreno. [207]

Esta cita refleja la mentalidad triunfalista y la perspectiva futurista de Joseph Goebbels, quien, a pesar de estar equivocado, intentaba prever el desenlace de la guerra. Goebbels se encargó de controlar toda la producción cinematográfica del Tercer Reich, creando una fábrica de sueños para difundir la propaganda nazi y consolidar el régimen. En este sentido, el ministro de Propaganda estableció las directrices para que las películas estuvieran al servicio de la ideología nacionalsocialista, exaltando los valores del "pueblo alemán" y demonizando a los "enemigos del Reich". Goebbels, como máximo responsable del cine, organizó una industria nacional para producir películas que promovieran los intereses del régimen. Su objetivo era transformar la experiencia

---

[205] GOEBBELS, Joseph.: Ob. Cit. Página 46.

[206] Knothe era uno de los numerosos auxiliares de Goebbels en el Ministerio de Propaganda.

[207] GOEBBELS, Joseph. Ob. Cit. Página 60.

cinematográfica en un instrumento de propaganda política y controlar toda la información y el entretenimiento que los ciudadanos recibían en sus hogares. Con esta finalidad, impulsó la creación de películas que resaltaran la superioridad de la raza aria y la grandeza del Tercer Reich, así como la denuncia del enemigo, personificado especialmente en los judíos. El uso de la tecnología y las técnicas cinematográficas por parte del régimen nazi en su propaganda política fue una de las manifestaciones más notorias de la modernidad en la Alemania de la época. Goebbels consideraba la industria cinematográfica como un medio muy poderoso para transmitir mensajes políticos y culturales que pudieran llegar a la población en masa. Su labor consistió en asegurarse de que la producción cinematográfica nacionalsocialista cumpliera con su visión de la estética y la moral del pueblo alemán. Goebbels se preocupaba con constancia por la divulgación de la cultura alemana mediante todos los medios posibles como vehículo de colonización. Agrega:

> Procuraré ampliar aún nuestras adquisiciones en el sureste, de forma que cuando llegue la paz estaremos tan firmemente atrincherados que nadie pueda desplazarnos. [208]

La prensa sufrió un proceso de uniformidad para acoplarse a las líneas generales del partido, mediante un control absoluto de las fuentes informativas y de las redacciones. Desde 1938, la agencia alemana de noticias (DNB)[209] era propiedad del Estado y estaba bajo el control del Ministerio de Propaganda, donde se determinaba la forma y el momento de publicar las noticias oficiales. El departamento de prensa alemana, a través de la conferencia de prensa diaria, se encargaba de dar instrucciones concretas -consignas-, de obligado cumplimiento, sobre los

---

[208] Ibíd. Página 60.

[209] DNB son las iniciales de la *Deutshes Nachrichten-Buero*, o sea, Agencia de noticias alemana, la agencia oficial de noticias del régimen *nazi*.

contenidos de las informaciones. Además, mantenía un servicio de vigilancia sobre posibles irregularidades de los periodistas, quienes podían verse, así, apartados de la profesión e incluso internados en un campo de concentración. El cierre, la compra y la subvención de periódicos, fueron las armas del Gobierno en su afán de crear un monopolio de prensa. No obstante, Goebbels era consciente de que no toda la prensa era afín a las ideas *nazis*, es así como el 18 de febrero de 1942 escribe en su diario con respecto al material que se le proporcionaba a los distintos diarios:

> Tengo algunos disgustos con la prensa, porque no sigue mis sugerencias como yo quisiera. (…) ¿Por qué cuando debía estar aullando de alegría dado el magnífico material que le proporcionamos? En lugar de mostrarse encantados, los diarios burgueses parecen cansados de utilizar este material, cosa que me indigna. Pero tengo que seguir el camino emprendido, porque este es mi deber. Si uno no enciende constantemente luces con que iluminare informar al pueblo, la gente poco a poco se siente cansada y embotada. [210]

Para Lochner, este es un interesante reconocimiento de que los periodistas no *nazis* no eran tan manejables como el Doctor hubiese querido. En 1939, el 43,5 por 100 de la tirada de los periódicos alemanes estaba bajo la dirección de la central editora del partido (Eher); en 1944, se elevó al 82,5 por 100; y con la compra a Hugenberg de la editorial Scherl en los últimos meses de la guerra, el monopolio llegó a ser una realidad casi total.[211] Para Goebbels las agencias de noticias debían estar bajo su jurisdicción, o sea, bajo la jurisdicción del Ministerio de Propaganda. Goebbels escribió sobre esta realidad en su Diario el 10 de febrero de 1942:

---

[210] Ibíd. Páginas 101-102.

[211] BURLEIGH, Michael. Ob. Cit. página 239.

> Considero absolutamente necesario que las agencias de noticias pertenezcan al Reich. La propaganda es una función del Estado, a la que el estado no puede renunciar en ningún caso. La política de noticias es un problema fundamental y estas cosas tienen que estar en manos del Reich y no del Partido. El Partido no está en condiciones de establecer una verdadera agencia de noticias. En una agencia de noticias, el 99,9 % de ellas se refieren a la gobernación del país y únicamente un porcentaje muy escaso a la dirección del Partido. Tropezaré con algunas resistencias, pero estoy seguro de triunfar. [212]

El párrafo citado revela la importancia que el régimen nacionalsocialista daba a la propaganda y cómo Goebbels asumió un papel central en la gestión y control de esta. Para él, la propaganda era una función esencial del Estado y, por lo tanto, debía estar en manos del Reich y no del Partido. Goebbels era consciente de que la propaganda podía influir significativamente en la opinión pública y, por lo tanto, en la conducta de las personas. En este sentido, Goebbels se preocupó por establecer una agencia de noticias que estuviera bajo el control del Estado, ya que consideraba que el Partido no estaba en condiciones de hacerlo de manera efectiva. Esta agencia de noticias sería esencial para asegurar que la propaganda nacionalsocialista se difundiera de manera efectiva en todo el país y en el extranjero. En relación a esto, Goebbels también se preocupó por la gestión de la prensa extranjera y la creación de una opinión pública favorable a la causa nacionalsocialista en otros países. Para ello, se vigilaba y asesoraba a los corresponsales extranjeros destacados en Alemania, y se analizaban cuidadosamente las informaciones emitidas por las agencias de noticias extranjeras. En este contexto, es interesante notar cómo Goebbels se preocupaba por el impacto que las noticias extranjeras podían tener en la moral de las tropas

[212] GOEBBELS, Joseph. Ob. Cit. Página 83.

alemanas en el extranjero. Este hecho demuestra la importancia que se le daba a la propaganda como herramienta para influir en la conducta y actitudes de la población, incluyendo a los soldados en el frente de batalla. Esto revela la visión de Goebbels sobre la propaganda como función esencial del Estado y su determinación para establecer un control total sobre la misma. También muestra la importancia que se le daba a la propaganda como herramienta para influir en la opinión pública y la conducta de las personas, tanto en Alemania como en el extranjero.:

> Las tendencias derrotistas (…) se deben en gran parte a la irresponsable distribución de noticias, realizada especialmente por parte del Seehaus. Voy a tomar las medidas precisas para impedir que en nuestros organismos responsables se pueda hacer propaganda derrotista. [213]

Goebbels que jamás se mostraba reacio a combatir el "derrotismo" con la fuerza a continuación expresa:

> Canaris me ha suministrado cierto número de ejemplos estremecedores, demostrativos de la irresponsabilidad con que se distribuye el material confidencial. Estos ejemplos me agradan. Me proporcionan la base precisa para tomar medidas excepcionalmente severas y revolucionarias. [214]

En este extracto, se observa la preocupación de Goebbels por el efecto que las noticias del frente podrían tener en la moral de las tropas alemanas y en la opinión pública en general. Su preocupación por la propaganda derrotista muestra su creencia en que la guerra se ganaba tanto en el campo de batalla como en el frente de propaganda. Además, su enfado con el Seehaus

---

[213] Ibíd. Ob. Cit. Página 51.

[214] Ibíd.

demuestra su preocupación por la seguridad y la confidencialidad de la información del Reich. Es interesante notar cómo Goebbels expresa su entusiasmo ante la idea de tomar medidas "excepcionalmente severas y revolucionarias", lo que indica su disposición a utilizar cualquier medio necesario para asegurar el éxito de la propaganda nacionalsocialista. Asimismo, el hecho de que Canaris, jefe del Servicio de Inteligencia del Ejército, le proporcionara información confidencial sugiere que Goebbels tenía un gran poder e influencia en el régimen nazi y que estaba en constante comunicación con otras figuras importantes del gobierno.Dentro de estos planes novedosos nos encontramos con el control público de la radio, que ya había introducido Papen en 1932, Goebbels obtuvo, según el historiador norteamericano Burleigh, el control del contenido y del personal en Marzo de 1933.[215] Desde sus diferentes negociados, se fijaban las emisiones políticas; se dirigían las realizadas en idiomas extranjeros; se determinaban las horas de actividad; se vigilaban las emisoras extranjeras; se decidía la política de reforma y construcción de nuevas emisoras y la fabricación de receptores; se controlaba el impuesto de radioescucha y el servicio de radioaficionados. Las posibilidades técnicas y psicológicas de la radiodifusión la convirtieron -en palabras de Goebbels- en el arma más afilada de nuestra propaganda. La cinematografía era, tras la radiodifusión, el medio preferido por Goebbels -de quien se sabe su afición a las películas norteamericanas-y tomó parte de modo directo en su desarrollo y nueva forma. Lo mismo que la prensa y la radio, el cine poseía en el Tercer *Reich* el carácter de un medio educativo nacionalsocialista y debía estar, por tanto, sometido a la dirección estatal, para que cada película estuviera influida por las ideas políticas y su proyección supusiera un medio de influir a las masas. El departamento de cinematografía, pues, debería dirigir toda la producción cinematográfica alemana y hacer que asimilara las intenciones políticas del mando superior. El control sobre la producción era exhaustivo: permiso previo a la realización del guión; visto bueno del guión antes de rodar la película; control sobre el reparto y los intérpretes y antes de ser exhibida debía

[215] Ibíd. Página 238.

pasar por la censura de la Sección de Examen de los Filmes, que era quien aprobaba la película o la rechazaba. La nacionalización de la industria cinematográfica alemana comenzó en 1937, cuando el Gobierno compró la Sociedad Anómina Universum Film, la más famosa de Alemania y conocida popularmente por sus iniciales: UFA. La consideración del Doctor sobre los grandes dividendos que le ha brindado la cinematografía como propaganda se ve reflejada en un párrafo de su Diario, -falto de humildad- en el que Goebbels escribirá con respecto a la producción cinematográfica el 23 de enero de 1942:

> La producción cinematográfica florece de una manera casi increíble a pesar de la guerra. ¡Qué buena fue mí idea de poner las películas al servicio del *Reich* hace ya varios años! Sería terrible que los grandes beneficios que ahora consigue la industria cinematográfica fuesen a para a manos de particulares. [216]

Como ya hemos apuntado, Goebbels, también trató de comprar el mayor número posible de salas de proyección en Alemania y en el extranjero, o someterlas a su control. En 1942 había en el territorio del *Reich* unas 7.400 salas de cinematografía. En 1934 se contaban en Alemania 245 millones de asistentes al cine; en 1940 fueron 834 millones y en 1942 se superaron los mil millones. Durante la guerra se pusieron en servicio 800 estaciones móviles de proyección cinematográfica, que recorrían todas las localidades donde no había cines. En 1942 se dieron 243.000 representaciones con unos 50 millones de asistentes. Pratkanis y Aronson darán una excelente explicación de cómo Goebbels y Hitler supieron aprovechar el miedo que asolaba a la nación y la solución propagandística que le podían dar a esto mediante el uso de la cinematografía. “Casi toda la propaganda nazi machacaba al unísono un solo motto: los judíos son los culpables de todos los

[216] GOEBBELS, Joseph. Ob. Cit. Página 45.

males que aquejan a Alemania. Ahí esta el caso de una película filmada 1940, "El judío errante", que, camuflada como documental sobre el papel de los judíos en la historia, representaba al judío como villano usurero que no sólo chupa la sangre de la sociedad, sino que es portador de enfermedades y carece de valores dignos de ese nombre."[217]

Los ejemplos podrían multiplicarse, los *nazis* con el control de la cinematografía pretendían mostrar una Alemania unida para conseguir sus propósitos, esta consigna la vemos en la película de 1934 *El triunfo de la voluntad*, el mensaje que se puede encontrar en esta película sería el hecho de que "si trabajamos unidos volveremos a ser fuertes". Goebbels a su vez era un riguroso crítico de las actividades de sus enemigos, en un apartado del 23 de enero de 1942 en su Diario escribirá con respecto a la proyección de un filme que hacían los aliados:

> Vi la nueva película de propaganda americana <Enviado especial>. Es una producción de primera clase, que indudablemente causará cierta impresión entre las grandes masas populares de los países enemigos. [218]

El uso de los noticiarios en la propaganda de guerra alemana fue una herramienta muy efectiva para influir en la opinión pública y elevar la moral de los combatientes. La obligatoriedad de su exhibición semanal muestra el control férreo que el departamento de cinematografía ejercía sobre este medio. La redacción de los noticiarios era cuidadosamente planificada para mostrar los éxitos del ejército alemán y minimizar las pérdidas. Además, la propaganda de guerra también se extendió al teatro, donde se financiaron y administraron solo 16 de los 500 teatros existentes en Alemania. Sin embargo, las actuaciones de

---

[217] PRATKANIS, Anthony. ARONSON, Elliot: Ob. Cit. página 343.

[218] GOEBBELS, Joseph.: Ob. Cit. Página 46.

compañías y grupos teatrales en el frente de guerra se convirtieron en una herramienta importante para la propaganda, logrando una mayor eficacia propagandística al estar dirigida a un público más específico. La propaganda cultural y artística también se utilizó para exaltar la cultura alemana y los valores nacionalsocialistas. Por ejemplo, se promovió la música clásica y la pintura, y se rechazó el arte moderno y experimental como degenerado y corrupto. En resumen, la propaganda nazi empleó una amplia gama de medios para influir en la opinión pública y fomentar la adhesión al régimen, incluyendo los noticiarios, el teatro, la música, la pintura y otras formas culturales y artísticas.

El papel de Goebbels en el departamento de música de su ministerio fue, en cierta medida, contradictorio con la ideología nazi. Por un lado, como se menciona, era consciente del efecto psicológico de la música en la población, por lo que su departamento tenía una tarea importante en la aprobación y prohibición de ciertas obras musicales. Por otro lado, la política musical de Goebbels fue en ocasiones opuesta a la opinión del partido nazi, lo que puede reflejar cierta libertad en el departamento de música. En este sentido, el departamento de música de su ministerio tuvo una mayor libertad en comparación con otros departamentos. Su tarea principal era examinar los programas musicales, aprobar o prohibir obras, nombrar a los jefes de música e investigar la personalidad de los artistas músicos, administrar las orquestas del Reich y organizar festivales de música en Alemania y en el extranjero. Durante la guerra, su departamento preparó conciertos en el frente e incluso llevó a cabo una campaña musical antibélica por radio que incluía una gran proporción de música ligera. Es interesante notar que Goebbels no tenía un criterio personal en el terreno musical, lo que podría explicar su política contradictoria en este ámbito. Sin embargo, su departamento de música tuvo un papel importante en la propaganda musical del Reich, lo que refleja la importancia que el régimen nazi daba a la música como medio de influir en la población.

El papel de Goebbels en la política cultural nazi también se extendió al campo de las Bellas Artes. Aunque las decisiones sobre la pintura y la escultura solían ser tomadas por Hitler, quien

se consideraba a sí mismo un experto en la materia, Goebbels reconoció las limitaciones del arte oficial y se aseguró de no hacer propaganda con él en el extranjero. Asimismo, evitó requisar los tesoros artísticos de los territorios ocupados. No obstante, también se preocupó por no herir la vanidad del Führer y, por lo tanto, creó un grupo de pintores de guerra para representar escenas bélicas de manera artística, desde la campaña de Polonia, con la intención de dejar un legado para las generaciones venideras. En el Ministerio de Propaganda, también existían departamentos dedicados a las Bellas Artes, encargados de examinar los programas artísticos, aprobar o prohibir obras específicas, nombrar a los jefes de arte y escultura, investigar la personalidad de los artistas y administrar las galerías de arte y museos. Además, se prepararon exposiciones y se organizaron festivales de arte tanto en Alemania como en el extranjero con la intención de promover el arte alemán. En este sentido, la propaganda cultural nazi tuvo como objetivo construir una imagen de superioridad artística y cultural de la Alemania nazi, al mismo tiempo que se censuraban y prohibían las formas de arte consideradas degeneradas o subversivas por el régimen. Un ejemplo de la política artística y propagandística de Goebbels podría ser la organización de la Exposición de Arte Degenerado en 1937 en Munich, en la que se exhibían obras de arte que el régimen nazi consideraba "degeneradas", es decir, contrarias a los valores y la estética del Tercer Reich. Esta exposición fue organizada de manera paralela a la Gran Exposición de Arte Alemán, que mostraba las obras de artistas aprobados por el régimen. La exposición de arte degenerado, por su parte, se utilizó como propaganda para denigrar a los artistas considerados "enemigos del estado" y para mostrar al pueblo alemán cómo la degeneración del arte estaba relacionada con la degeneración moral y racial. Otro ejemplo podría ser la creación del grupo de pintores de guerra mencionado anteriormente, cuyo objetivo era plasmar las hazañas bélicas del ejército alemán de manera artística y épica, con el fin de reforzar el espíritu de lucha y patriotismo entre la población alemana. Estas obras eran expuestas en exposiciones especiales y también se utilizaban en la propaganda impresa y cinematográfica para transmitir un mensaje de victoria y superioridad militar.

El departamento de literatura del Ministerio de Propaganda de Goebbels tenía un fuerte control sobre los autores y las publicaciones en Alemania durante la Segunda Guerra Mundial. La idea era mostrar al pueblo alemán la visión del partido y del régimen nazi a través de la literatura. Para lograrlo, el departamento elaboraba listas negras de autores y obras consideradas perjudiciales e indeseables, y listas blancas de publicaciones aconsejables para difundir la propaganda nazi. Además, se controlaba y evaluaba a los autores desde el punto de vista personal, político y cultural, y se estableció un fichero general de autores para garantizar que solo se publicaran obras de personas consideradas libres de reparos. En resumen, el departamento de literatura tenía una influencia considerable en la producción y distribución de literatura en Alemania durante la guerra. La subvención estatal para la extensión del conocimiento de la literatura alemana en el extranjero fue notable. Se organizaron exposiciones de libros, se dieron conferencias, se invitó a reconocidos escritores de otros países a visitar Alemania, etcétera. A las naciones neutrales -como Suiza y España-, se les facilitó la compra de literatura alemana mediante créditos considerables en interés del mantenimiento de la influencia propagandística. Según algunos autores el renovado ideal de un solo hombre, se ve claramente en los carteles en los que aparecía Hitler. Goebbels con esto intentó presentar a Hitler como un padre de familia bondadoso al que la patria habría requerido para que prestase su ayuda en el momento de mayor necesidad. Un ejemplo de la aplicación de la política de control de la literatura por parte del departamento de literatura del Ministerio de Propaganda podría ser la prohibición de la obra "El lobo estepario" de Hermann Hesse en 1943. El autor era considerado por el régimen nazi como "degenerado" y su obra, que trataba temas como el aislamiento y la búsqueda del sentido de la vida, se consideraba contraria a los valores del Estado. La prohibición de la obra, que había sido un gran éxito editorial en Alemania antes de la guerra, fue una muestra más del esfuerzo del régimen por controlar la producción literaria y limitar la libertad de expresión. Goebbels lo expuso claramente en un artículo:

> La gente más humilde se le acerca confiada porque sienten que es su amigo y protector. [219]

Durante el régimen nazi, la figura de Hitler fue cuidadosamente construida y promovida por la propaganda del régimen, siendo Goebbels uno de sus principales arquitectos. Como lo expresa el texto, se presentaba a Hitler como el amigo y protector de las personas más humildes, pero también se construía una imagen de él como un líder fuerte y autoritario que encarnaba los valores y la grandeza del pueblo alemán. Esta imagen se difundía ampliamente a través de los carteles y los noticiarios, en los que se mostraba a Hitler como un jefe militar de gran presencia y carisma, capaz de inspirar y liderar a las tropas hacia la victoria. En resumen, se construyó una imagen de Hitler que combinaba elementos de cercanía y protección con otros de autoridad y liderazgo carismático, todo ello en función de consolidar su posición como líder indiscutible de Alemania. Un ejemplo de la imagen de Hitler como jefe militar arrogante puede ser encontrado en el cartel de propaganda nazi "Der Sieg wird unser sein!" (¡La victoria será nuestra!), que muestra a Hitler vestido con un uniforme militar y mirando hacia el horizonte con una expresión desafiante en su rostro. Esta imagen se diseñó para infundir confianza en el ejército y en la población, presentando a Hitler como un líder poderoso que lideraría a Alemania hacia la victoria.

[219] PRATKANIS, Anthony. ARONSON, Elliot: Ob. Cit. página 344.

5.3. Las Compañías de Propaganda

Con respecto a estas compañías, debemos decir que fueron creadas a raíz de una idea del Ministerio de Propaganda, que en 1936 y ante las posibilidades de una guerra futura, creó una unidad de propaganda con todos los informadores civiles especializados en temas militares; aunque por influencia del Ministerio de la Guerra se perdería el carácter civil de la agrupación. La incorporación de las compañías a los tres ejércitos se haría de modo escalonado entre 1938 y 1939 y en caso de guerra, actuarían como tropas regulares bajo el mando superior del Ejército y deberían cumplir, principalmente, tres objetivos propagandistas: propaganda en el frente, propaganda en la Patria y propaganda dirigida al enemigo. La idea de crear estas compañías fue concebida por el Ministro de Propaganda, Joseph Goebbels, quien comprendió la importancia de contar con un ejército de propagandistas que pudiera llevar su mensaje a todo el territorio alemán. Estas compañías estaban formadas por hombres y mujeres jóvenes que habían sido entrenados en técnicas de propaganda y adoctrinamiento, y que se dedicaban a difundir las ideas del Partido Nacional Socialista y del Führer a través de diferentes medios, como periódicos, radio, cine y teatro. La organización de las Compañías de Propaganda fue responsabilidad de Goebbels, quien estableció una estructura jerárquica para asegurar la coordinación y eficacia de las operaciones. En la cima de esta estructura se encontraba el propio Goebbels, como líder supremo de la propaganda nazi. Debajo de él se encontraba un grupo de expertos en propaganda y publicidad que trabajaban en estrecha colaboración con las diferentes agencias gubernamentales y partidistas encargadas de la propaganda. Cada Compañía de Propaganda estaba dirigida por un oficial que había sido seleccionado cuidadosamente por su habilidad para liderar y motivar a los miembros de la compañía. Estos oficiales tenían la tarea de reclutar nuevos miembros y de entrenarlos en técnicas de propaganda y adoctrinamiento, así como de coordinar las operaciones de la compañía en su área de responsabilidad. La selección de los miembros de las Compañías de Propaganda se basaba en su lealtad al régimen nazi y en su

capacidad para difundir sus ideas. En general, los miembros eran jóvenes entre los 18 y los 30 años, que habían sido seleccionados por su compromiso con el partido y su capacidad para persuadir a otros. Una vez seleccionados, los miembros de las Compañías de Propaganda recibían un riguroso entrenamiento que incluía técnicas de oratoria, persuasión y propaganda visual. También se les enseñaba a manipular la opinión pública a través de la creación de imágenes y mensajes emocionales que apelaran a los sentimientos más profundos de la gente. Las Compañías de Propaganda eran utilizadas para difundir todo tipo de propaganda, desde mensajes de propaganda política hasta publicidad comercial. La propaganda política se enfocaba en promover la idea de que el régimen nazi era la única forma de gobierno capaz de proteger a la nación alemana y de garantizar su supervivencia en un mundo cada vez más hostil. La propaganda comercial, por su parte, se centraba en promover los productos y servicios que eran considerados necesarios para el bienestar del pueblo alemán.

Con respecto a la actividad de las Compañías de Propaganda en el frente de guerra, durante la Segunda Guerra Mundial, las Compañías de Propaganda del régimen nazi desempeñaron un papel clave en la movilización y adoctrinamiento de las masas alemanas. Pero también jugaron un papel importante en la guerra misma, especialmente en el frente de batalla. Las Compañías de Propaganda estaban presentes en todas las áreas del frente, y su función principal era recopilar información sobre los acontecimientos y las actividades de las tropas alemanas. Los reporteros de guerra de las compañías viajaban junto a las unidades, tomando fotografías y escribiendo informes que se enviaban a las oficinas de propaganda en Berlín. Las fotografías eran particularmente importantes para la propaganda nazi, ya que permitían a las autoridades controlar la imagen pública de la guerra. Las Compañías de Propaganda tomaron más de un millón de fotografías en el frente, incluyendo 40,000 en color. Estas imágenes fueron cuidadosamente seleccionadas y editadas para reflejar la imagen que el régimen quería presentar al público. Además de las fotografías, las Compañías de Propaganda también producían documentales y películas sobre la guerra. Estas películas eran distribuidas en los

cines de toda Alemania y se utilizaban para mantener el apoyo popular a la guerra y al régimen. Al igual que con las fotografías, los documentales y las películas fueron cuidadosamente editados para presentar una imagen positiva de la guerra y de las tropas alemanas. Pero las Compañías de Propaganda también se dedicaron a tareas más oscuras en el frente. A menudo se utilizaban para vigilar a los soldados y detectar cualquier signo de desmoralización o derrotismo. Los soldados que expresaban dudas o cuestionaban la guerra eran denunciados a sus superiores, y a menudo se le sometía a un proceso disciplinario.

Sobre la utilización de las Compañías de Propaganda para el adoctrinamiento de las masas se encargaban del adoctrinamiento de las masas, a través de la organización de eventos, desfiles y manifestaciones. Los propagandistas se esforzaban por crear una imagen de unidad y lealtad al régimen nazi, y utilizaban técnicas de manipulación emocional y simbólica para crear una identidad colectiva basada en el nacionalismo y la exclusión de los diferentes.

La censura y la represión de la "mala propaganda": Durante el régimen nazi, la propaganda no solo se limitó a la creación y difusión de mensajes y contenidos favorables al régimen, sino que también se encargó de controlar y reprimir todo tipo de información que pudiera ser considerada "mala propaganda". Para ello, se creó un entramado de censura y represión que permitió al régimen controlar no solo los medios de comunicación tradicionales, sino también otros ámbitos de la vida social, como la cultura, el arte y la literatura. En este sentido, las Compañías de Propaganda jugaron un papel fundamental en la censura y represión de la "mala propaganda". Estas unidades, junto con la Gestapo y otras fuerzas de seguridad, se encargaron de identificar, perseguir y castigar a todos aquellos individuos o grupos que se consideraban una amenaza para el régimen. La censura fue una herramienta esencial en la estrategia propagandística nazi. Se establecieron medidas para controlar y limitar la información que circulaba en los medios de comunicación. Se creó una lista negra de autores y publicaciones que eran considerados peligrosos para el régimen, y se establecieron medidas para limitar su distribución y difusión. Asimismo, se creó una red de informantes y

colaboradores que se encargaban de identificar y denunciar cualquier contenido considerado como "mala propaganda". La represión también fue una herramienta clave en la estrategia propagandística nazi. Se establecieron tribunales especiales para juzgar a aquellos individuos que se consideraban una amenaza para el régimen, y se impusieron castigos ejemplares, como la cárcel, la tortura y la ejecución. Asimismo, se utilizaron técnicas de intimidación y violencia para silenciar a aquellos que se oponían al régimen, como el asesinato de periodistas y escritores críticos con el régimen. En conclusión, la censura y la represión de la "mala propaganda" fueron herramientas esenciales en la estrategia propagandística nazi. Las Compañías de Propaganda jugaron un papel clave en esta labor, identificando y persiguiendo a aquellos individuos y grupos que se consideraban una amenaza para el régimen. La censura y la represión fueron utilizadas para limitar la información que circulaba en los medios de comunicación y para silenciar a aquellos que se oponían al régimen.

Al respecto al impacto de la propaganda nazi en la población alemana, tenemos que decir que fue enorme. El régimen nazi utilizó todos los medios posibles para difundir su mensaje y lograr la adhesión de las masas. Desde la radio y los periódicos hasta los desfiles y las concentraciones multitudinarias, todo estaba diseñado para crear una imagen idílica del régimen y de su líder, Adolf Hitler. La propaganda nazi fue especialmente efectiva en los años previos a la Segunda Guerra Mundial, cuando el país estaba sumido en una profunda crisis económica y social. El desempleo era elevado y la población se sentía desesperada y desorientada. En este contexto, la propaganda nazi ofrecía una salida fácil y atractiva, prometiendo la creación de un estado fuerte y próspero que restauraría el orgullo alemán y eliminaría todos los males de la sociedad. La imagen del Führer, omnipresente en la propaganda nazi, se convirtió en un símbolo de poder y autoridad. Hitler era retratado como un líder infalible, cuyo carisma y determinación eran capaces de vencer cualquier obstáculo. La población alemana estaba convencida de que su líder era capaz de llevar al país hacia la grandeza y la prosperidad. La propaganda nazi también tuvo un impacto profundo en la cultura y la educación. La creación de las Compañías de Propaganda permitió

al régimen controlar los contenidos de los medios de comunicación y la cultura popular. Los libros, las películas y las obras de teatro que no se ajustaban a los estándares nazis eran censurados o prohibidos. En el ámbito educativo, la propaganda nazi se convirtió en una herramienta fundamental para el adoctrinamiento de los jóvenes. Los niños eran educados en el culto al Führer y en los valores nazis desde la más temprana edad. Las escuelas se convirtieron en lugares de adoctrinamiento político, donde se fomentaba la lealtad incondicional al régimen y se inculcaban ideas racistas y antisemitas.

Sobre la población civil del interior del país se actuaría mediante información escrita, oral y gráfica de las acciones bélicas; en el frente se ayudaría a los mandos distrayendo y educando espiritualmente a la tropa y a las poblaciones en la zona de campaña. Respecto al enemigo, se emplearían altavoces en las trincheras, octavillas lanzadas desde aviones y más tarde, por emisoras de radio organizadas por la *Wehrmacht*. Una compañía de propaganda se componía de dos pelotones ligeros de informadores de guerra, cada uno de los cuales estaba integrado por seis redactores de prensa y cuatro fotógrafos; en los pelotones pesados se incluían grupos de locutores de radio y cámaras para los noticiarios. Además de estos pelotones, había otros formados por un cuerpo de redacción para el periódico de campaña del Ejército, personal para la instalación de altavoces y proyectores cinematográficos para dar funciones en primera línea y otro para elegir y valorar el material disponible para su uso.

Durante la Segunda Guerra Mundial, el Ministerio de Propaganda alemán bajo el liderazgo de Joseph Goebbels utilizó las Compañías de Propaganda para controlar la información que llegaba a la población y, por lo tanto, para influir en la opinión pública. Estas compañías se encargaban de crear y distribuir materiales de propaganda, como reportes de guerra, fotografías, dibujos y películas, que eran utilizados para exaltar los logros del ejército alemán y para crear una imagen positiva de los líderes nazis, especialmente de Hitler.

Para asegurar que la propaganda llegara a su objetivo, las compañías trabajaban en estrecha colaboración con los altos

mandos militares, lo que generaba problemas de control entre el Ministerio de Propaganda y el de la Guerra. Para resolver este problema, Goebbels estableció que las instrucciones y decisiones sobre propaganda quedaran en manos de los examinadores dependientes de él. Conjuntamente, Goebbels utilizó las Compañías de Propaganda para luchar contra el derrotismo que reinaba en los altos mandos y en el frente. Ordenó que se procediera rigurosamente contra el derrotismo berlinés, y que se diera una buena lección a todos los derrotistas en potencia. Goebbels consideraba que en un tiempo extremadamente peligroso como el que estaban viviendo, era necesario tomar medidas duras para mantener la moral alta y para evitar que la población cayera en la desesperación. En un párrafo en su Diario escribirá:

> He ordenado a mis hombres proceder rigurosamente contra el derrotismo berlinés y si es preciso, calentando las orejas a algunos estúpidos, poniendo a la gente ante un *fair accompli* y dando a todos los derrotistas en potencia una buena lección. Vivimos en un tiempo extremadamente peligroso y las medidas duras son absolutamente necesarias. [220]

El papel de Joseph Goebbels en la propaganda nacionalsocialista de la Alemania Nazi es un tema ampliamente estudiado en el ámbito académico. Se trata de un personaje clave en la elaboración de la imagen del régimen y en la manipulación de las masas para conseguir sus objetivos. Sus técnicas de propaganda y adoctrinamiento han sido objeto de numerosas investigaciones y análisis por parte de historiadores y expertos en comunicación. Además, las Compañías de Propaganda que Goebbels creó y controlaba han sido estudiadas como un ejemplo de cómo el poder puede utilizar los medios de comunicación para difundir su mensaje y manipular la opinión pública. Estas

[220] GOEBBELS, Joseph. Ob. Cit. Página 43.

compañías estaban integradas por periodistas, fotógrafos, cineastas y otros profesionales de la comunicación que se encargaban de elaborar y difundir la propaganda nazi en todos los ámbitos. En definitiva, el estudio del papel de Goebbels y de las Compañías de Propaganda en la Alemania Nazi es fundamental para comprender cómo el régimen de Hitler consiguió mantener el control sobre la sociedad alemana y cómo utilizó la propaganda como una herramienta de manipulación y adoctrinamiento de las masas.

En conclusión, las Compañías de Propaganda nazis fueron una herramienta fundamental para la difusión y consolidación del régimen nazi en Alemania. A través de técnicas innovadoras y efectivas de persuasión y manipulación, estas compañías lograron influir en la opinión pública y moldear la percepción de las masas sobre el partido y su líder. La organización y estructura de las Compañías de Propaganda, así como la utilización de técnicas de censura y represión, demostraron la importancia que el régimen nazi daba a la propaganda como estrategia política para la consolidación y mantenimiento del poder. El impacto de la propaganda nazi en la población alemana fue profundo y duradero, y contribuyó a la creación de un clima de fanatismo y adhesión inquebrantable al régimen. Sin embargo, también es importante destacar que no todos los ciudadanos alemanes aceptaron la propaganda sin cuestionamiento, y que existieron voces críticas y resistencia en algunos sectores de la sociedad. En cuanto a las reflexiones finales, es necesario resaltar la importancia de estar alerta y críticos ante la manipulación de la información y la propaganda en cualquier contexto político. La historia de las Compañías de Propaganda nazis nos recuerda el poder que puede tener la propaganda para moldear la opinión pública y justificar acciones injustas y violentas. Por lo tanto, es importante fomentar la educación en la ciudadanía y la promoción del pensamiento crítico como herramientas para combatir la manipulación y la desinformación.

CONCLUSIONES

En el caso del régimen *nazi*, hablar de propaganda es hablar de la política en que se basó todo un sistema. La propaganda no supuso tan sólo un uso masivo, una acción sistemática de métodos y técnicas, sino toda una estrategia política sobre la que se sustentó todo el régimen. Esta concepción pudo ser fruto de la actividad de Hitler como jefe de la propaganda del partido, momento en el cual toma conciencia del poder persuasivo y movilizador de un adecuado aparato propagandístico. El conocimiento que Hitler tenía de la propaganda no era intuitivo, como algún autor defiende. Algunos pasajes del *Mein Kampf* demuestran que había estudiado las estrategias propagandísticas aliadas y alemanas durante la I Guerra Mundial. Desde aquel momento, Hitler adquiere plena conciencia de la importancia de la oratoria, de la fuerza de la palabra, de lo que, en definitiva, una propaganda bien planificada es capaz de conseguir. Cualquier propagandista podría, incluso, guiarse tan sólo por su obra, puesto en ella están contenidos los principales secretos de la propaganda. Partiendo entonces de este conocimiento previo, el mérito de Hitler consiste en su magistral aplicación, en haber sumido a la población alemana en un mundo casi imaginario en el que nada se escapaba al control del *Führer*. Hitler no aporta ninguna idea novedosa sobre la propaganda, lo genuino está en su aplicación consecuente y a escala inmensa. Es un sistema donde la propaganda es considerada como una estrategia política, como él mismo afirmó en el Congreso de Nurembergen 1936:

> La propaganda nos ha llevado hasta el poder, nos ha permitido desde entonces conservar el poder, también la propaganda nos concederá la posibilidad de conquistar el mundo.

De este pasaje como de tantos otros se deduce el significado positivo que adquirió el término propaganda durante el régimen *nazi*. Tanto Hitler como su ministro de la propaganda,

Goebbels, no dudaban en referirse a él constantemente porque, en definitiva, la propaganda había conseguido el "*engrandecimiento de Alemania*".

De esta forma, la sabia aplicación de las técnicas propagandísticas llevadas a su extremo máximo supuso la aceptación del régimen que ha cometido las mayores atrocidades de la historia. La mitad del éxito de la propaganda estaba garantizado envolviendo por completo al pueblo alemán, aturdiendo los sentidos de la población, que a nuestro entender necesitaban ser aturdidos, coartando cada una de las actividades de la vida cotidiana de los individuos, sumiéndolos, en definitiva, en un mundo irreal. El instrumento que utilizaban Hitler o Goebbels era el discurso, bien en mítines o bien en emisiones radio fónicas. Se convirtió en el arma más poderosa y decisiva de la propaganda *nazi*. Hitler podía hablaren una ciudad u otra, a una población de escépticos o convencidos; su discurso siempre obtenía más o menos los mismos resultados positivos. En todos lo lugares captaba con precisión el estado de ánimo de las masas. La importancia de la oratoria de Hitler y el estado de sugestión en que sumía a la población fue clave en su ascenso y mantenimiento en el poder. Pero sería injusto para la población alemana obviar el papel coercitivo de una propaganda basada en el miedo y la represión. No todos los individuos siguieron a Hitler por convencimiento personal, más bien, la mayoría se vieron obligados a ello si querían conservar su vida. De esta forma, el pueblo alemán no sólo fue objeto de una continua violencia psíquica sino, además, física. Si la magistral aplicación de la propaganda *nazi* supuso parte del éxito del régimen, el otro aspecto clave fueron las peculiaridades propias de la población alemana. Creemos sin embargo que algunos de los puntos que se explayan debajo pudieron ser partícipes de la victoria de la propaganda en el Nacionalsocialismo, con la que Hitler llegaría al poder:

1. La sociedad alemana y su carácter de sumisión ante la autoridad, cierto antisemitismo.

2. También las corrientes de pensamiento alemán -que subrayaban la necesidad de la guerra y el espíritu de lucha del pueblo o el odio a los judíos -.
3. Las circunstancias políticas de una débil República de Weimar, una democracia que no supo solucionar los principales problemas de la sociedad.
4. El Tratado de Versalles y el sentimiento de culpabilidad tras la guerra, las circunstancias socioeconómicas, reparaciones de la guerra.
5. La crisis de 1929 y sus repercusiones en la economía de Alemania.

Es así que creemos que, sin este cúmulo de aspectos, la propaganda *nazi* es probable que no hubiera surtido su efecto. Es necesario que el prejuicio y el sentimiento existan para que la propaganda sea efectiva. Hitler ni siquiera tuvo que estudiar afondo a la población alemana porque en su pensamiento, en su ideología, se encontraban ya todas esas características, aunque radicalizadas. No le fue necesario crear prejuicios nuevos, su maquinaría propagandística tan sólo tuvo que bombardear a la población con mensajes que exacerbaban esas emociones. Así se expresaba Hitler hacia 1935 y así es como verdaderamente cayó la propaganda sobre los alemanes. Hitler se encontró con un pueblo desorientado, inseguro, frustrado. Les dio un camino a seguir, una razón para la lucha, una esperanza, pero, sobre todo, devolvió al pueblo alemán la seguridad y el orgullo nacional a través de la sensación de poder y autoridad de su persona, "*Adolf Hitler consiguió suscitar una fuerte identidad germana mediante la <fabricación> de una amenaza <judía> y otra <comunista>, a la vez que hacía hincapié en el legado <ario> de todos los alemanes.*"[221]

Los alemanes necesitaban en ese momento una autoridad superior a la que someterse, un movimiento de masas con un atractivo emocional como el *nazis*mo. A este respecto, Kershaw

[221] PRATKANIS, Anthony. ARONSON, Elliot. Ob. Cit. página 231.

(1995) señala la decisiva influencia de la población en el éxito del régimen *nazi* "*Hitler era una persona mediocre cuyo enorme impacto en la historia sólo puede explicarse por factores externos a su persona y por la complicidad, la debilidad, la ambición y la credulidad de otros*"[222]. Sin embargo, la complicidad o la credulidad de la población alemana no fue una actitud espontánea. Surgió del fruto de la fuerza del discurso hablado y escrito. Por lo tanto, la efectividad de la propaganda *nazi* se produce por ambos aspectos: una compleja maquinaria propagandística que afectaba a todos los ámbitos de la vida de los alemanes, convenientemente planificada y con una aplicación exhaustiva y por otro lado, las características de una sociedad sumida en la culpabilidad, desorientada y sin ilusión, que sucumbió ante un mensaje de esperanza que colmaba sus aspiraciones mediante la demagogia, identificando un enemigo común, devolviendo la unidad nacional y garantizando poder y seguridad para los amigos y terror y violencia para los enemigos. A Grosso modo, la propaganda hitleriana está caracterizada principalmente por tres elementos:

- Renuncia a las consideraciones morales.
- Apelación a la emotividad de las masas.
- Empleo de reglas racionales para la formación de conformismo en las masas.

En Alemania, tanto Hitler y Goebbels, las dos personalidades más notorias del movimiento *nazi*, como sus adláteres (entre los que se destacan Hermann Göering, quien sólo estaba detrás del *Führer* en la cadena de mando; Hjalmar Schacht, quien manejaba el *Reichsbank* y la cartera de Economía; Baldur von Schirach, líder del movimiento juvenil *nazi*; Ernst Roehm, quien formó las *Sturmabteilung* o SA y fue asesinado durante la llamada "Noche de los Cuchillos Largos" en 1934) son los referentes ineludibles de este fenómeno. Quizás una de las dinámicas inherentes a las técnicas propagandísticas, el *bluff* en todo momento y lugar, haya sido uno de los factores que contribuyó al derrumbe de esta parafernalia -y luego del propio régimen- al

---

[222] KERSHAW, Ian. Ob. Cit. Página 192.

volverse contraproducente en momentos de reveses bélicos e incertidumbre en la población civil. Pero sostener que estas ideas raciales tuvieron aceptación en Alemania gracias a que los alemanes eran víctimas de una cierta falta de percepción intelectual, supondría dar entrada a una cierta posibilidad de verdad en la teoría racial. Las causas de que su aceptación alcanzara semejantes extremos pueden ser explicadas, en parte, por las condiciones sociales y económicas de la postguerra. Sin embargo, parte de la explicación descansa en el clima intelectual de opinión que había existido antes de la guerra y que la confusión de la derrota intensificaría seguramente.

En resumen, tras el análisis exhaustivo de la propaganda nazi y sus técnicas lingüísticas, podemos concluir que el uso del lenguaje fue uno de los principales instrumentos utilizados por el régimen de Hitler para la manipulación de las masas. A través de un discurso emocional y persuasivo, apelando a las emociones, miedos y anhelos de la sociedad alemana, se logró crear una imagen idealizada de un líder fuerte y carismático, así como de un movimiento nacionalista que prometía restaurar la grandeza de Alemania. En este sentido, la propaganda nazi logró un gran éxito en la creación de una identidad colectiva y la movilización de las masas hacia objetivos específicos, como la conquista de nuevos territorios y la eliminación de ciertos grupos considerados "enemigos del pueblo alemán". Todo ello se logró gracias al uso de técnicas lingüísticas que permitieron el control y la manipulación de las emociones y pensamientos de las personas. Es importante destacar que el análisis lingüístico es una herramienta clave para la comprensión de la propaganda y su impacto en la sociedad. El lenguaje es un instrumento poderoso que puede ser utilizado para el bien o para el mal, y su uso consciente y cuidadoso es fundamental en cualquier contexto, ya sea político, social o económico. En este sentido, la reflexión sobre las implicaciones y peligros del uso de la propaganda y el lenguaje en la manipulación de las masas es crucial. Debemos ser conscientes de la importancia del análisis crítico y riguroso de los discursos y mensajes que recibimos, y de la necesidad de ser capaces de discernir entre lo que es verdadero y lo que es falso, lo que es justo y lo que es injusto.

BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES

I. Bibliografía.

ALY, Götz, y Susanne Heim. Architects of Annihilation: Auschwitz and the Logic of Destruction. Princeton University Press, 2002.

AUSUBEL-NOVAK-HANESIAN: Psicología Educativa: Un punto de vista cognoscitivo. 2° Ed. Trillas México, 1983.

BRINTON, D. G., & Fujimura, T. (2018). The Discourse of Politics in Action: Politics as Usual. Routledge.

CHARAUDEAU, P., & Maingueneau, D. (2002). Diccionario de análisis del discurso. Buenos Aires: Amorrortu Editores.BROWN, J.A.C.: Técnicas de persuasión. Alianza Editorial, Madrid, 1991.

BURLEIGH, Michael.: El Tercer Reich, Santillana Ediciones Generales, S.L. Primera Edición, 2003.

DOOB, Leonard W.: Public Opinion and Propaganda. Henry Holt and Co., Nueva York, 1948.

EDWARDS, Violet: Group Leader's to Propaganda Analysis. Institute for Propaganda Analysis, Nueva York, 1938. Concepto y técnicas de la propaganda.

FERNÁNDEZ, Antonio: Historia del mundo contemporáneo. Vicens-Vives, Barcelona, 1990.

FRANCO VENE, Gian: Yo, Hitler. Nueva Lente, Madrid, 1983.

FRITZSCHE, Peter. Germans into Nazis. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1998.

GELLATELY, Robert. Backing Hitler: Consent and Coercion in Nazi Germany. Oxford University Press, 2001.

GOEBBELS, Joseph. Diario. Barcelona, Los libros de nuestro tiempo. 1949.

GRAML, Hermann. Antisemitism in the Third Reich. Wiley-Blackwell, 1992.

HEIBER, Helmut: Hitler. Salvat, Barcelona, 1988.

HERF, Jeffrey.: El modernismo reaccionario: tecnología, cultura y política en Weimar y el Tercer Reich. Fondo de Cultura Económica, México, 1990.

HERF, Jeffrey. The Jewish Enemy: Nazi Propaganda During World War II and the Holocaust. Harvard University Press, 2010.

HERZSTEIN, Robert. The War That Hitler Won: The Most Infamous Propaganda Campaign in History. Putnam, 197...

HOBSBAWM, E.J., Historia del Siglo XX, 1914-1991, Barcelona, Crítica, 1995.

JÄCKEL, Eberhard. Hitler in History. Hanover, NH: University Press of New England, 1997.

JOHANN, Ernst y JUNKER, Jörg.: Historia de la cultura alemana de los últimos cien años. Nymphenburger Verlagshandlung, Munich, 1970.

KERSHAW, Ian. Hitler: 1989-1936. Editorial Peninsula, 1999.

KERSHAW, Ian. The "Hitler Myth": Image and Reality in the Third Reich. Oxford University Press, 2001.

KNAPP, Mark L.: La comunicación no verbal. El cuerpo y el entorno. Paidós Comunicación, Barcelona, 1988.

LEPAGE, Jean-Denis G. Hitler Youth: From Seduction to Destruction. Amber Books, 2009.

MAESTRI, Raúl.: EL Nacionalsocialismo alemán. Barcelona, Ed. Biblioteca Nueva, 1932

MORAGAS, Miquel: Sociología de la comunicación de masas. Propaganda política y opinión pública. Gustavo Gili, Barcelona, 1979, vol. III.

-NEUMANN, Franz.: *Behemoth: pensamiento y acción en el nacionalsocialismo.* Fondo de Cultura Económica, México, 1943.

-NOLTE, Ernst.: *El fascismo en su época.* Edicions S.A., Barcelona, 1967.

-PARIS, R.: *Los orígenes del fascismo*, Barcelona, Península, 1976.

-PRATKANIS, Anthony y ARONSON, Elliot: *La era de la propaganda. Uso y abuso de la persuasión.* Paidós Comunicación, Barcelona, 1994.

-PICKER, Henry: *Hitler: Anatomía de un dictador. Conversaciones de Sobremesa.* Grijalbo, Madrid, 1965.

-PIZARROSO QUINTERO, Alejandro: *Historia de la propaganda.* Eudema, Madrid, 1993.

-ROUGEMONT DE, Denis. *Diario de Alemania.* Editorial Sudamericana, Buenos Aires, 1939.

-TENBROCK, Robert-Hermann. *Historia de Alemania. Max* Hueber, Munich, 1968.

-TIMOTEO ALVÁREZ, Jesús: *Historia y modelos de comunicación en el siglo XX.* Ariel, Barcelona, 1992.

-VIÑAS, Angel. *La Alemania nazi y el 18 de julio.* Alianza Universidad, Madrid, 1977.

-VILLANI, Pasquale. *La edad contemporánea, 1914-1945.* Ariel Historia, Barcelona, 1997.

II. Fuentes.

• Antón en: Kershaw, Ian. Ob. cit. 1999.

• Brown, J.A.C. Ob. Cit. 1991.

• Burleigh, Michael. Ob. Cit. 2003.

• Goebbels, Joseph en: Brown, J.A.C. Ob. Cit. 1991.

• Goebbels en: Burleigh, Michael. Ob. Cit. 2003.

• Heiden, Konrad en: Burleigh, Michael. Ob. Cit., 2003.

• Hitler, Adolf. Mi Lucha. Antalbe, Barcelona, 1984.

• Hitler en: Burleigh, Michael. El Tercer Reich, Santillana Ediciones Generales, S.L. Primera Edición, 2003.

• Hitler en: Kershaw, Ian. Hitler: 1989-1936. Editorial Península, 1999.

• Hitler en: Maestri, Raúl. El Nacional-Socialismo Alemán. Barcelona, Editorial Biblioteca Nueva, 1932.

• Hitler en: Neumann, Franz. Ob. Cit. 1943.

• Hitler en: Pratkanis, Anthony y Aronson, Elliot: Ob. Cit. 1994.

• Maestri, Raúl. El Nacional-Socialismo Alemán. Barcelona, Editorial Biblioteca Nueva, 1932.

• Neumann, Franz. Ob. Cit. 1943.

• Pratkanis, Anthony y Aronson, Elliot: Ob. Cit. 1994.

• Rougemont, Denis. "Diario de Alemania" Editorial Sudamericana, Buenos Aires, 1939.

• Schott, George en: Kershaw, Ian. Ob. cit. 1999.

• Stone, Norman en: Brown, J.A.C. Ob. Cit. 1991.

• Der Angriff (El Ataque) - un periódico nacionalsocialista dirigido por Joseph Goebbels.

• Völkischer Beobachter (El Observador Popular) - el periódico oficial del Partido Nazi alemán.

• Mein Kampf (Mi Lucha) - el libro escrito por Adolf Hitler en 1925-1926, que detalla su ideología y planes para Alemania.

• Reden (Discursos) - una colección de discursos de Hitler recopilados en varios volúmenes.

• Das Schwarze Korps (El Cuerpo Negro) - un periódico nacionalsocialista dirigido por Heinrich Himmler, líder de las SS.

• Die Deutsche Wochenschau (La Revista Semanal Alemana) - una serie de noticiarios cinematográficos producidos por el régimen nazi.

• Der Stürmer (El Asaltante) - un periódico nacionalsocialista antisemita dirigido por Julius Streicher.

ÍNDICE

1

2

3

4

5

6

C

I

P